

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA
Departamento de Sociología I



TESIS DOCTORAL

Interacción, performatividad y sociabilidad en espacios de juego en red: el caso de los jugadores españoles de género rol, (DIABLO III)

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Héctor Puente Bienvenido

Directora

Amparo Lasén Díaz

Madrid, 2015

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA I



TESIS DOCTORAL

**INTERACCIÓN, PERFORMATIVIDAD Y SOCIABILIDAD EN ESPACIOS
DE JUEGO EN RED:
EL CASO DE LOS JUGADORES ESPAÑOLES DE GÉNERO ROL, (DIABLO III)**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Héctor Puente Bienvenido

Directora

Amparo Lasén Díaz

Madrid, 2015

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA I



**INTERACCIÓN, PERFORMATIVIDAD Y SOCIABILIDAD
EN ESPACIOS DE JUEGO EN RED. EL CASO DE LOS
JUGADORES ESPAÑOLES DE GÉNERO ROL
(DIABLO III)**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR:

Héctor Puente Bienvenido

BAJO LA DIRECCIÓN DE:

Amparo Lasén Díaz

Madrid, 2014

Agradecimientos

Como casi todo en las Ciencias Sociales, me siento en el deber de destacar que el resultado de este proyecto es un fenómeno colectivo, por ello, a todos aquellos que habéis contribuido de alguna forma o manera desinteresada, os debo mi más absoluta y sincera gratitud.

En primer lugar quisiera agradecer el apoyo, medios y acogida recibida por parte de la Universidad Complutense de Madrid. A todo su personal y miembros que han posibilitado y facilitado mi estancia y trabajo, y muy especialmente, al departamento de Sociología I (Cambio social).

No puedo olvidar la paciencia de mis maestros y mentores, quienes con sus lecciones y enseñanzas me han estimulado y ofrecido generosamente su conocimiento. Asimismo, a mis compañeros de licenciatura, máster y doctorado, por las charlas estimulantes, críticas constructivas y horas de aprendizaje conjunto (Sandra, mereces una mención muy especial, pero también Nadia, Antonio, Carlos...).

Me complace agradecer el apoyo, revisiones y sugerencias realizadas a Amparo, Elena, Antonio, Rubén, Juan Carlos y Laura, miembros del proyecto “Innovaciones metodológicas para prácticas emergentes: controversias y desasosiegos en torno a lo público/privado”. Quienes contribuyeron especialmente durante la fase de diseño de la encuesta y participaron en su testeo.

Al colectivo Enjuagarte, Mérida y a las sociólogas ordinarias.

Debo un especial reconocimiento a los centros internacionales donde he desarrollado de manera parcial mi doctorado. A la IT University of Copenhagen y en especial a Susana Pajares Tosca, brillante doctora y amiga que tanto me ha ayudado. Al Instituto Tecnológico de Georgia (Georgia Tech), donde tuve el placer de realizar mi estancia bajo la tutela Celia Pearce. Al RMIT de Melbourne y Larissa Hjorth, quien ha sido un gran apoyo y fuente de inspiración. Gracias por la acogida y oportunidad (también he de mencionar a mi encantadora australiana Caroline, por su tiempo y correcciones).

Gracias a todos mis compañeros de “El señor de los Dadillos”, por aguantar mis desventuras y compartir vuestras risas y juegos. A Sheila por las sugerencias y correcciones, a Costán por el estímulo y tardes de agradables debates. Gracias también a “Investigadores Sociales Universitarios” y a Marta.

Tampoco puedo olvidarme de Marta, “la princesa española de los videojuegos”, compañera de aventuras y apoyo, doctora y amiga, por su tiempo, viajes, consejos y sugerencias. Aún tenemos muchos kilómetros por recorrer.

Gracias a mis amigos Alberto, Nuria e Imanol (en orden alfabético porque me es imposible elegirlos). Gracias por todos los buenos y malos momentos, por comprenderme y ofrecerme vuestro apoyo desinteresado y apreciada compañía. Y tampoco me olvido de mi afrancesada Aida.

A aquellos que me han acompañado y acompañan en las vicisitudes del día a día, especialmente a Carlos y Rodrigo. Gracias por no haber dudado nunca de mis posibilidades.

Mi más sincero agradecimiento a mi directora de tesis, Amparo Lasén, por hacer posible este proyecto, por compartir su tiempo y lucidez, por el respaldo y la estima.

A todos aquellos cuya mención omito por mi afamado y legendario despiste, toda mi gratitud.

Por último, y especialmente, nada de esto hubiera sido posible sin el apoyo y amparo incondicional de mi hermano, padres y familia. A todos vosotros, por el ser el motor de mi vida y una fuente de inspiración, esta tesis también es premio vuestro.

Resumen

El trabajo que aquí se presenta consiste en un original e innovador proyecto de tesis que focaliza la atención en los procesos de interacción, performatividad y emergencia cultural en contextos lúdicos y cotidianos. A través del análisis de la comunidad española de jugadores de *Diablo III* (como estudio de caso de juegos de rol online) desentraño las prácticas y mecanismos subyacentes que operan en la actividad de juego. A lo largo de la tesis trato de dar respuesta a tres objetivos principales que tienen por fin revelar la creciente presencia de nuevas formas de prácticas culturales que están cambiando el alcance, las actividades y los usos de los dispositivos lúdicos (videojuegos) en tres diferentes sentidos: modos y estilos de juego (qué y cómo es jugado), el espectro de jugadores (quién juega) y los contextos y escenarios de práctica y performatividad (dónde el juego ocurre o toma lugar).

A partir de un diseño metodológico mixto, que aúna técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación (etnografía virtual, entrevistas en profundidad y encuesta online), se aborda un objeto de estudio complejo y heterogéneo cuya aproximación ha de ser entendida como un *collage* de distintas percepciones y sensibilidades que componen un panorama o visión particular que emerge de un ejercicio artesanal, creativo, flexible (Becker *et al.*, 1961), reflexivo (Clifford y Marcus, 1986) e interpretativo (Boellstorff, et al., 2012).

Desarrollado el proyecto desde un enfoque integrador y multidisciplinar que surge de la confluencia de distintas aportaciones teóricas provenientes de los paradigmas de la acción, estudios culturales y las teorías situacionistas del juego, se sustentan los análisis que tratan de abordar las interacciones sociales y performatividades, así como las prácticas culturales más ampliamente.

De acuerdo con los objetivos planteados se ofrece una panorámica de la visión y percepción social de los videojugadores. El imaginario social existente es contrastado con la autopercepción de los propios usuarios de *Diablo III*. Posteriormente, se dedica la atención a las videojugadoras de rol y al sexismo en los espacios de interacción lúdica (Cassel y Jenkins, 2000; Pearce, 2009; Taylor,

2006; Corneliussen y Rettberg, 2008). El primer bloque analítico finaliza profundizando en los estilos de juego, con el cuestionamiento de las distinciones y categorías existentes de tipos de jugadores, y la propuesta de un nuevo modelo de clasificación basado en el compromiso.

El segundo bloque de análisis comienza abordando las problemáticas referentes a los avatares para, posteriormente, introducirse en la exploración y ritualización de prácticas. Asimismo, se dedica especial atención a la historia, sociabilidad y representación de papeles en *Diablo III*, mientras se repiensen algunos de los aspectos técnicos del juego desde la óptica más sociológica (sistema de comercio, economía y objetos).

Por último se exponen las formas de poder y agencia del jugador online a través de las expresiones de producción cultural emergentes. Prestando especial atención a los procesos por los cuales los jugadores subvierten las estructuras prediseñadas del juego y generan nuevos entramados de prácticas de consumo digital, producción de contenido y culturas participativas (Jenkins, 1992, 2009).

Pese a que los estudios de caso en profundidad pueden servir para iluminar procesos sociales más amplios, el gran potencial de este proyecto (centrado en los jugadores españoles de *Diablo III*) radica en desentrañar las prácticas y significados actuales de las culturas locales y participantes (Hjorth, 2011). Gran parte de los estudios realizados en el ámbito de los *games studies* se han centrado en unos pocos juegos, y a partir de eso, se ha tendido a teorizar y generalizar (Taylor, 2008b). Sin embargo, más allá de contribuir en dicho sentido, este trabajo no sólo aboga por aportar una mayor variedad de muestras y estudios de caso (casi todas ellas centradas en el ámbito anglosajón o escandinavo), sino por incrementar simultáneamente las aportaciones, sensibilidades y matices culturales provenientes de un trabajo realizado desde el ámbito cultural español (*Diablo III* socialmente situado).

Abstract

The work presented here is an original and innovative thesis project which focuses attention on the processes of social interaction, performativity and cultural emergence in ludic and everyday life contexts. Through the analysis of the Spanish community of *Diablo III* players (as a case study of online role-playing games), I unravel the practices, meanings and underlying mechanisms operating in the game activity. Inspired by Hjorth (2014), throughout the project I try to approach the new gaming modalities that have a growing presence and are changing the scope, practices and uses of video games in three different ways: modes and styles of play (what and how is played), the spectrum of players (who plays) and contexts and scenarios of performativity (where play and game take place).

From a mixed methodological design, which combines quantitative and qualitative techniques of research (virtual ethnography, in-depth interviews and online survey), I address a complex and heterogeneous object of study whose approach must be understood as a collage of different perceptions and sensitivities that compose a particular view or panorama that emerges from a flexible, creative, (Becker et al., 1961), reflective (Clifford and Marcus, 1986) and interpretive (Boellstorff, et al., 2012) work.

According to the objectives, I offer an overview of the social perception of players. The existing social imaginary is contrasted with *Diablo III* users' own perception. Subsequently, I pay attention to the role of female players and sexism in spaces of ludic interaction (Cassel and Jenkins, 2000; Pearce, 2009; Corneliussen and Rettberg, 2008). It seems clear that much remains to be done in the area of gaming and gender. The contributions made in this paper reveal how some of the more established field assumptions are questionable or uncertain. Although they have made great strides in terms of designs and inclusive representations (for instance, introduction of female avatars), the industry has tried to attract female players by reproducing gender roles and reinforcing biased ideals of masculinity and femininity.

Furthermore, I explore styles of play and question distinctions and categories of types of players to propose a new classification model based on compromise. The different styles of play have been found to be more diverse and dynamic than the literature and media tend to assume (Mäyrä, 2009; Wirman, 2009). Although initial hypotheses expected to find a much more homogenous styles of play, the data collected has formed a complex and diverse photography that questions simplistic models that do not fit with what was found in *Diablo III*. Also, the style of play categories are not static, as motivations and habits are changing with time, contexts, experiences and game mechanics.

I also focus on the avatars, environment, sociability and role-playing in *Diablo III* while I approach and rethink some of the socio-technical aspects of the game from the situationist and sociological perspective (such as trading system, economy or auction house).

Sociability in the game space does not merely refer to how some players speak or interact with each other, but something more complex, a combination of networks, practices and activities that extend beyond the game itself (inside and outside the game space) and forming “*complicated systems of trust, reliance, and reputation*” (Taylor, 2006: 80). Despite the social nature of the adventure, which involves interacting with multiple players, as the game progresses the formation of groups becomes more necessary to achieve the objectives and progressing through the storylines.

Finally the forms of power and online player agency are exposed through the emerging expressions of cultural production. Paying particular attention to the processes by which players subvert predesigned structures and create new frameworks of digital consumer practices, user generated content and participatory cultures (Jenkins, 1992, 2009).

Players have claimed their role as agents of change in the socio-ludic spaces of interaction (Pearce, 2006a, 2006b). As Taylor says: “*Players do not simply adopt the rules of the game as given but regularly create their own achievement paths and make sense of the frames of play in ways not always*

prescribed by the designers" (2007: 113). Within the margin for manoeuvre players invent, adapt, adjust or simply ignore practices and game possibilities initially programmed or designed. Through avenues such as mods, alternative trade channels, slang and common understanding frameworks, boycotts to the auction house, solidarity and support networks, or even production of user-generated content, players do not act as passive or submissive consumers.

Finally, gaming culture is not limited within demarcated barriers, but it overflows the boundaries of the magic circle (Huizinga, 1954); transferring other areas and scenarios (traversing outside the game space) that give new nuances to the player identities and the broader culture where the game takes place. Metaculture (manifested beyond the spaces of the game itself) also reconfigures the experiences and subjectivities of different stakeholders, and in turn modifies and reconstructs the gaming culture itself. As noted, the various manifestations of UGC, such as guides, machinima videos or fan fiction, have a direct impact on the development of what is happening within the game. As Taylor (2006) points out, not only firsthand relationships that occur within game spaces constitute the social world of it, but the whole set of forums, mods, guides, databases, fan art or stories contribute to making players feel closely linked by a common understanding and affectivity, and therefore metaculture should be considered as an essential part of the culture and social world of videogames. It seems clear, then, that the game is creator of creative praxis beyond the simple act of playing (Puente and Tosca, 2013a, 2013c). In fact, sometimes the user generated content can receive greater attention from the community of players than the game itself.

Although case studies can serve to illuminate broader social processes, the great potential of this project (focused on Spanish *Diablo III* players) lies in unraveling the practices and meanings of local cultures and participants (Hjorth, 2011). Many of the studies in the field of *game studies* have focused on a few games, and from that, they have tended to theorize and generalize. However, apart from helping in that way, this paper not only advocates for providing a greater variety of samples and case studies (almost all of them focused on the Anglo-Saxon or Scandinavian context), but by simultaneously increasing

contributions, sensitivities and nuances from a cultural work done from the Spanish cultural context (*Diablo III* context-situated).

INDICE

RESUMEN	4
ABSTRACT	6
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN, JUSTIFICACIONES Y OBJETIVOS.	14
1. Introducción y justificaciones.	13
2. Objetivos de investigación y delimitación del objeto de estudio.	15
2.1. Objetivos.....	18
3. Plan de trabajo y estructura de la tesis.	21
CAPÍTULO II: CONCEPTOS BÁSICOS Y ESTADO DE LA CUESTIÓN. ALGUNAS CLAVES PARA ENTENDER LOS VIDEOJUEGOS Y <i>DIABLO III</i>.	24
1. Conceptos clave. Algunas clarificaciones conceptuales.	25
1.1. Gameplay.	36
1.2. Círculo mágico.....	38
2. Géneros de videojuegos. Una Introducción.	43
3. El juego de rol de acción multijugador online (aRPG).	47
4. <i>Diablo III</i> en contexto.	51
5. Los escenarios y contextos de juego (cultural-located) y la dualidad de espacios (online y offline).	63
CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO	70
1. Introducción y antecedentes.	71
2. Los <i>game studies</i>. Líneas de pensamiento.	74
2.1. Formalismo.	75
2.2. Situacionismo.	77
2.3. Tipos de análisis.....	80
3. El paradigma de la acción.	83
3.1. Interaccionismo simbólico.....	84
3.2. Etnometodología.....	85
3.2. Enfoque dramático.....	87

4. Teorías de la agencia compartida.....	94
5. Subjetivación.....	98
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	101
1. Introducción, justificación y fundamentación metodológica. .	102
2. Métodos y técnicas cualitativas de investigación.	105
2.1. Etnografía virtual y técnicas de observación.	105
2.2. Entrevistas en profundidad.	113
3. Métodos cuantitativos. La encuesta online.....	118
4. Algunas reflexiones metodológicas finales.....	124
CAPÍTULO V: LOS VIDEOJUGADORES DE ROL. EXPLORANDO AL JUGADOR/A DE DIABLO.	129
1. El papel de los jugadores y su relación con los videojuegos. Una introducción.	130
2. Desmitificando al <i>gamer</i> rolero. La percepción social de los videojugadores de rol en España.	131
3. La diversidad de jugadores. Una perspectiva del videojugador/a de <i>Diablo III</i>	140
3.1. El perfil sociodemográfico del jugador/a de <i>Diablo III</i>	140
3.2. Desmitificando al jugador/a de <i>Diablo III</i> . ¿Un asunto de niños?.....	151
3.3. Ahondando en la variedad de perfiles. Interés en otros géneros, inversión en videojuegos, disponibilidad de plataformas y ocupación actual.	153
4. Cuestión de género. Las jugadoras en <i>Diablo III</i>	162
4.1. Sexismo en los videojuegos y <i>Diablo III</i>	174
4.2. Más allá de los estereotipos.....	180
5. Estilos de juego. Redefiniendo los conceptos clásicos.	187
5.1. ¿Casual, médium, hardcore o pro? Nuevas herramientas de medición: La implicación con el juego.	191
6. Multiplicidad de estilos. Role-players (interpretación) y power gamers (instrumentales y competitivos).....	201

7. Jugadores controvertidos. Cuando los estilos se vuelven conflictivos.....	211
CAPÍTULO VI: JUGANDO A DIABLO.....	218
1. El primer contacto con <i>Diablo</i>. Personajes (avatares), exploración, interacción y búsqueda de la cotidianidad.	219
1.1. Personajes y avatares.....	220
1.2. Explorando <i>Diablo III</i> . En busca de lo cotidiano.	233
2. Historia, entorno y trama de juego.	237
3. Más allá de la trama de juego. Misiones en contexto.	243
4. <i>Diablo III</i> como espacio social de interacción y performatividad.	247
4.1. Interacción y <i>performance</i> en el espacio virtual.	247
4.2. Estrechando lazos. La sociabilidad y la dimensión multijugador.	253
5. La economía de juego. El sistema de comercio y la circulación de la información.....	263
CAPÍTULO VII: LA CULTURA DE JUEGO EN DIABLO III. AGENCIA, EMERGENCIA Y CONTENIDO GENERADO POR EL USUARIO.....	270
1. Introducción.	271
2. Agencia del jugador.	272
3. Emergencia cultural.	278
4. Cultura de juego (<i>game culture</i>).	293
5. Contenido generado por el usuario.	300
5.1. <i>Machinima</i> como práctica emergente.	311
CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES	331
1. Conclusiones, hallazgos y resultados.	332
2. Nuevos interrogantes y futuras líneas de indagación.....	345
BIBLIOGRAFÍA Y LUDOGRAFÍA.....	349

ANEXOS	381
I. Glosarioterminológico.	381
II. Guion de entrevista.....	388
III. Ficha técnica entrevistas en profundidad.	393
IV. Cuestionario (plantilla).....	405
V. Informe extendido datos de encuesta online.	416

CAPÍTULO I:
INTRODUCCIÓN, JUSTIFICACIONES Y
OBJETIVOS.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN, JUSTIFICACIONES Y OBJETIVOS.

1. Introducción y justificaciones.

“*Life is a game. So fight for survival*”
– Battle Royal.

Mediados de 1983. Los primeros videojuegos para ordenadores personales domésticos de 8 bits empiezan a inundar el mercado español con *ZX Spectrum* y *Amstrad CPC* a la cabeza. Hoy, más de tres décadas después, el software de entretenimiento se ha convertido en la primera industria cultural patria, superando en facturación al cine y música juntos (ADESE¹, 2009). Decenas de ferias y eventos, revistas académicas especializadas², asociaciones³, *websites* o videoblogs y una comunidad de jugadores extremadamente dinámica y comprometida –probablemente su mayor activo–, han convertido a los videojuegos en un fenómeno sociocultural que a nadie le puede dejar indiferente.

Desde la posición de un jugador experimentado, con todas las ventajas que conlleva tener conocimientos sobre el campo y la práctica⁴, por mis manos han pasado multitud de juegos, géneros y plataformas; desde la mítica portátil *Game Boy*, hasta las recientes consolas de octava generación (*Play Station 4* o *Xbox One*), pasando por franquicias y sagas como *Mario Bros*, *La Leyenda Zelda*,

¹ Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (2009). Los videojuegos suponen el 53% del total de facturación de la industria del ocio y entretenimiento. Disponible en: http://www.adese.es/pdf/dossier_prensa%20_balance_economico_2009.pdf
Asimismo, el videojuego *Destiny* (2014) se acaba de convertir en el producto cultural más caro de la historia, habiendo tenido un presupuesto de 380 millones de euros. Disponible en: http://cultura.elpais.com/cultura/2014/08/26/actualidad/1409072075_044675.html

² Dentro del ámbito académico de los *games studies* existen varias revistas especializadas, entre ellas, debo destacar: *Game Studies* (<http://gamestudies.org/1401>), *Games and Culture* (<http://gac.sagepub.com/>), *International Journal of Play* (<http://www.tandfonline.com/toc/rijp20/current>) o *Eludamos* (<http://www.eludamos.org/index.php/eludamos>).

³ Véase: DiGRA (Digital Games Research Association) (<http://www.digra.org/>), Asociación Española de Videojuegos (AEVI-ADESE) (<http://www.aevi.org.es/>), ISFE (The Interactive Software Federation of Europe) (<http://www.isfe.eu/>).

⁴ La existencia de conocimientos profundos del ámbito de los videojuegos se tercia algo imprescindible para poder realizar una potente investigación en el campo.

Pokémon o *Diablo* (hoy día, todas ellas, objeto de culto de decenas de millones de jugadores por todo el mundo) no sólo han llenado el vacío de incontables horas muertas, sino que en cierta manera, han contribuido a la conformación de mi identidad, o dicho de otro modo, de mi propio ser. Las experiencias con el videojuego nunca son pasivas, en realidad, el consumo de cualquier medio nunca es lo es, sino que nuestras prácticas y experiencias lúdicas se inscriben en nuestros cuerpos (Foucault, 1983) reconfigurando y transformando nuestra subjetividad, nuestro propio yo. Las prácticas y los imaginarios sociales respecto a los videojuegos han cambiado radicalmente durante los últimos años, ganándose por derecho propio un espacio exclusivo dentro de los procesos de socialización e interacción en los escenarios cotidianos.

Existen infinidad de definiciones de videojuego, pero más allá de los tecnicismos, tenemos que tener claro que éstos no son un mero cartucho o disco compacto programado. Dentro del campo de los *games studies* es común encontrar reivindicaciones, especialmente entre los postulados situacionistas, que nos recuerdan que los videojuegos por sí solos (entendidos únicamente como dispositivos tecnológicos) no serían más que un conjunto de microchips y programación fuera del contexto sociocultural donde se actúan y practican (Ermi y Mäyrä, 2005; Taylor, 2007; Pearce, 2009). A diferencia de lo comúnmente pensado, los videojuegos son también redes de actuaciones y agencias compartidas⁵ (Latour, 1998; Lasén, 2012).

Los jugadores y jugadoras han dado muestras de reivindicar su papel como agentes transformadores de la realidad (Taylor, 2007). Sin limitarse a adoptar las normas de juego como dadas, continuamente reinterpretan prácticas, objetivos, sentidos y significados de maneras no siempre previstas por los diseñadores, dando lugar a fenómenos de emergencia cultural. Pese a que tienen que actuar dentro de ciertos márgenes de maniobra de los que disponen, los usuarios reconstruyen, actualizan, readaptan o ignoran las prácticas y modos de juego previamente programados. Desde modificaciones en el código pre-programado

⁵ Agencias compartidas humanas y tecnológicas (véase marco teórico).

(*mods*⁶), hasta fenómenos como la producción de contenido generado por el usuario, cultura *fandom*⁷, *boikots* o verdaderas revueltas en servidores online, los jugadores no se resignan a ser percibidos como consumidores sumisos o pasivos. Los usuarios, junto al resto de agentes y los diferentes contextos y escenarios culturales donde se hallan inmersos, son artífices de la realidad cotidiana y experiencia que emerge y generan los juegos. Dicho de otro modo, los videojuegos son una manifestación cultural⁸ y los jugadores una parte indispensable de ésta. Hay que tener claro, por tanto, que los dispositivos tecnológicos se ponen en funcionamiento en un contexto y espacio social determinado y que su consumo no se agota en sí mismo, sino que de acuerdo con Lasén (2014b) la tecnología continúa siendo diseñada y producida en los contextos de uso, contextos que a su vez esas tecnologías contribuyen a producir y donde aparecen situaciones en las que ciertas prácticas se reinterpretan, adaptan, neutralizan o desestiman.

Los videojuegos, de este modo, son una parte integral de las culturas populares globales en las que participan todo tipo de personas. En la actualidad asistimos a la emergencia de lo que Larissa Hjorth (2011) ha denominado como tecno-culturas (culturas saturadas con y por tecnologías), donde los nuevos dispositivos tecnológicos no son algo meramente funcional, sino que realmente operan tanto en el nivel simbólico como en los niveles materiales de nuestras vidas cotidianas. Las culturas de juego son al mismo tiempo tanto un proceso cultural como una serie de prácticas con los medios. Todo esto ha provocado que los dispositivos lúdicos, y las culturas de juego que éstos generan, se hayan convertido en un vehículo ideal que contribuye a comprender los *new media*⁹ más amplia y profundamente (Hjorth, 2011).

⁶ Modificaciones que permiten alterar el diseño original del juego. Nuevos personajes, ambientaciones, objetos... A menudo programas por la comunidad de jugadores.

⁷ Del inglés *fan kingdom* (reino fan) hace referencia al conjunto de aficionados a alguna actividad, persona o fenómeno cultural determinado. Por ejemplo, Jenkins (1992) fue uno de los primeros investigadores en interesarse por la cultura *fandom* a través del análisis de la cultura *trekkie* basada en la exitosa serie de televisión *Star Trek*.

⁸ Fenómenos como el *fandom* (conjunto de aficionados altamente implicados), la cultura *gamer* o la producción de contenido generado por el usuario demuestran que los videojuegos y las metaculturas de juego que los envuelven no son asépticas socialmente.

⁹ *New media* o nuevos medios (Bolter y Grusin, 2000; Hjorth, 2011) hace referencia a los objetos culturales de comunicación que emplean y desarrollan procesos en redes y avances computacionales (como la interactividad o la hibridación multimedia).

Sin embargo, hasta ahora, la investigación sociológica de comunidades de jugadores en videojuegos online se ha limitado a aproximaciones realizadas principalmente desde el ámbito cultural anglosajón o escandinavo (Jenkins, 1992; Consalvo, 2003; Taylor, 2006; Pearce, 2009; Wirman, 2007). La carencia de estudios provenientes de otras culturas vuelve muy necesaria la introducción de nuevos análisis a fin de lograr una mayor riqueza y comprensión de las prácticas de juego en contextos y escenarios de actuación lúdica. Por este motivo, la inclusión de un estudio de caso centrado en el contexto español puede aportar nuevas visiones desde una perspectiva socio-culturalmente situada, entendiendo la práctica de juego en los contextos culturales más amplios en los que se inscribe. Según Taylor (2008), los estudios de caso en profundidad (como *Diablo III*) aunque pueden servir para revelar procesos sociales más amplios, poseen su gran potencial en la capacidad de desentrañar prácticas y significados de culturas locales y participantes (en función de esto, se propone precaución y una mayor diversidad de estudios de caso).

2. Objetivos de investigación y delimitación del objeto de estudio.

Tradicionalmente desde la reciente historia de los *game studies* como disciplina académica institucionalizada, el juego como objeto legítimo de interés científico ha sido abordado desde dos principales enfoques (Egenfeldt-Nielsen, S., Smith, J.H., Tosca, S.P., 2012), conocidos como narratología y ludología. En primer lugar, los narratólogos (Jenkins, 2000) se centran, entre otros, en los aspectos referentes al argumento, a las decisiones de diseño o la estética. Por su parte, la perspectiva ludológica (Aarseth, 1997, 2000) se interesa más por la estructura o los sistemas formales de reglas que rigen el juego. Sin embargo, ambas perspectivas son asépticas socialmente, escasamente sensibles al contexto de juego y a la cultura en la que éste se halla inserto. Por este motivo, desde el *situacionismo* (Consalvo, 2003; Taylor, 2006;), un enfoque inclusivo que aboga por entender el juego en un contexto sociocultural específico y cuya perspectiva se centra en las acciones, prácticas y construcciones sociales considerando que

los juegos solo pueden ser estudiados cuando se encuentran socialmente situados, el presente proyecto tiene por objeto la realización de un análisis crítico de la comunidad de jugadores del último éxito de la productora *Blizzard*, éste es, *Diablo III*¹⁰ (2012). Reivindicando un enfoque más sensible a los jugadores, contextos y culturas de juego, así como cuestionando algunas ideas aún asentadas en el campo de estudios de los *games studies*, trataré de proceder a desmitificar un objeto fuertemente cargado de prejuicios¹¹ (Rodríguez *et al.*, 2000). El proyecto teórico que aquí se presenta adopta un innovador e interdisciplinar marco conceptual que surge de la confluencia de distintas aportaciones provenientes de la sociología (paradigma de la acción), estudios culturales y teorías del juego para abordar las actividades lúdicas y prácticas de ocio cotidianas más ampliamente.

Debido a la creciente ubicuidad del juego y a la emergencia de los dispositivos lúdicos que fomentan la sociabilidad, estamos asistiendo a una creciente presencia de nuevas formas de prácticas culturales en los contextos cotidianos (Hjorth, 2011). Estas nuevas modalidades están cambiando el alcance, actividades y usos del juego en tres diferentes sentidos: modos y estilos de juegos (qué y cómo es jugado), el espectro de jugadores (quién juega) y los contextos y escenarios de práctica y actuación dramática¹² (dónde el juego ocurre o toma lugar). El diseño propuesto en esta tesis examina estos tres aspectos de la comunidad de jugadores de PC de *Diablo III*¹³, tratando de capturar como se encuentran complejamente interrelacionados e identificando su impacto tanto en

¹⁰Lanzamiento internacional realizado el 15 de mayo de 2012. Disponible en: <http://eu.blizzard.com/es-es/games/d3/?int=d3>. Consultado: [02/08/2012].

¹¹ Me refiero un fenómeno socio-cultural complejo e ignorado en gran medida por la sociología, muy cargado de prejuicios, con capacidad de rápida adaptación y mutabilidad, un sector que se reinventa cada segundo y que sobre todo “se resiste a una lectura plana” (Rodríguez. 25: 2002). Es por ello, por lo que en la presente investigación, voy a tratar de desmenuzar, en la medida de lo posible, esa enrevesada madeja del videojuego de rol de acción en el contexto español a través del análisis de *Diablo III*, clarificando conceptos e ideas, analizar algunas de las distintas transformaciones que se han ido produciendo, e identificar nuevas pautas para futuros análisis más amplios.

¹² Rescatando el enfoque dramaturgico goffmaniano (1959), entiendo el espacio de juego como un escenario teatral donde los jugadores actúan e interpretan unos papeles asignados, en línea con autores como Pearce (2009) o Chan (2010).

¹³ Existen otras comunidades de jugadores de *Diablo III* para otras plataformas (como *Play Station* o *Xbox*) pero son servidores independientes entre sí, con leves diferencias en las mecánicas de juego y que fueron lanzados en contextos temporales distintos (*Diablo III* para PC fue lanzado en mayo de 2012 mientras que su versión para consolas en septiembre de 2013).

el propio juego como en las dinámicas socio-culturales y tecnológicas más amplias en las que se hallan inscritos.

2.1 Objetivos

1) Modos y estilos de juego (cómo es jugado):

- Descripción y análisis de los estilos de juego hallados en *Diablo III*. Propuesta de una nueva herramienta de medición más acorde a la realidad empírica encontrada (a través de la inclusión de la implicación con el juego), pues las clasificaciones existentes no se muestran muy operantes en la práctica.
- Análisis de las productividades de los jugadores.
- Exploración de las nociones de agencia y emergencia en los escenarios de juego y análisis de sus impactos e implicaciones sociales en los contextos más amplios.
- Análisis de la producción de contenido generado por el usuario español (UGC) de *Diablo III*.

2) Rango de jugadores (quién juega):

- Exploración de la percepción social de los videojugadores de género rol en el ámbito español.
- Descripción e indagación de los distintos perfiles y rango de jugadores presentes en *Diablo III* (perfiles sociodemográficos en base a sexo, edad, ocupación, plataformas de juego, gasto mensual, experiencias previas y géneros predilectos). Análisis de la diversidad de hábitos de uso y práctica.
- Observación de las jugadoras de *Diablo III* y análisis de las desigualdades y diferencias de género.
- Exploración de las cuestiones relativas a la identidad y los avatares de juego.

3) Contextos y escenarios de práctica y actuación dramática (dónde el juego ocurre o toma lugar):

- Indagación de los contextos y escenarios de juego. Análisis de la trama, el medio y el entorno a través del empleo teórico del concepto de fachada (Goffman, 1959).
- Descripción y análisis de las nociones de región anterior y posterior (Goffman, 1959) en los escenarios de actuación dramática de *Diablo III*.
- Interpretación de papeles y roles. Análisis de las estrategias de manipulación de impresiones empleadas por los jugadores durante las actuaciones lúdicas.
- Descripción y desarrollo de los procesos de articulación y entrelazamiento de las prácticas y contextos de juego con las actividades y espacios de la vida cotidiana (imbricación de prácticas y escenarios co-presentes).
- Exploración de los procesos de ritualización de prácticas y actividades y configuración de órdenes normativos simbólicos que pautan la interacción. Búsqueda de la cotidianeidad por parte de los jugadores.
- Análisis de los escenarios comerciales de juego y transacciones económicas (el comercio a través de la casa de subastas).

- **Objetivos metodológicos:**

- Testar las potencialidades de la combinación de técnicas cualitativas y cuantitativas de investigación en el ámbito de los *games studies*. El presente proyecto integra una aproximación metodológica mixta que aborda un objeto de estudio complejo sobre el que raramente se han realizado acercamientos conjuntos (encuesta online, observación etnográfica y entrevistas en profundidad).

3. Plan de trabajo y estructura de la tesis.

El segundo capítulo, *conceptos básicos y estado de la cuestión*, es una suerte de introducción conceptual en la que trato de ofrecer ciertas nociones

básicas sobre algunas de las problemáticas terminológicas y reflexiones generales que serán recurrentes a lo largo de todo proyecto. Asimismo, realizo un breve recorrido teórico que trata de situar y reflejar cuál es el estado actual de la cuestión.

En el *marco teórico*, capítulo III, presento las escuelas de pensamiento más relevantes que se han interesado por los análisis académicos del juego, para posteriormente, centrarme en los enfoques situacionistas y enlazar con las teorías sociológicas de la acción (Schutz, 1944, 1953; Garfinkel, 1968a, 1972; Goffman, 1959, 1963), agencia compartida (Latour, 1998; Lasén, 2012; Hjorth, 2011) y subjetivación (Foucault, 1978; 1983), sobre las que se asienta el proyecto.

Metodología de investigación, cuarto capítulo, es un apartado reservado a explicitar las sensibilidades metodológicas y a describir las distintas herramientas y posicionamientos adoptados en el campo. Iniciando la discusión a partir de la etnografía virtual y entrevistas en profundidad concluiré con una descripción precisa de las cuestiones referentes a la encuesta online y reflexiones metodológicas finales.

En el quinto capítulo, *los jugadores de rol: explorando al jugador/a de Diablo III*, se ofrece una panorámica de la visión y percepción social de los videojugadores. El imaginario social existente es contrastado con la autopercepción de los propios usuarios de *Diablo III*. Posteriormente, se dedica un epígrafe a las videojugadoras de rol y al sexismo en los espacios de interacción lúdica (Cassel y Jenkins, 2000; Pearce, 2009; Taylor, 2006; Corneliussen y Rettberg, 2008). El capítulo finaliza profundizando en los estilos de juego, con el cuestionamiento de las distinciones y categorías existentes de tipos de jugadores, y la propuesta de un nuevo modelo de clasificación basado en el compromiso.

En el sexto capítulo, *jugando a Diablo. El dispositivo lúdico como espacio social de interacción y performance*, recorro algunos de los aspectos más significativos de la interacción y performatividad (Goffman, 1959), tratando de revelar los mecanismos subyacentes y expectativas de trasfondo (Garfinkel, 1968a, 1972) que operan en el manejo de las impresiones y la práctica lúdica.

Comienzo abordando las problemáticas referentes a los avatares para, posteriormente, introducirme en la exploración y búsqueda de la cotidianeidad (ritualización de actividades e interpretaciones). Asimismo, dedico especial atención a la historia, interacción social y representación en *Diablo III*, mientras repienso algunos de los aspectos técnicos del juego desde la óptica más sociológica (sistema de comercio, economía y objetos).

El séptimo capítulo, *agencia y emergencia en videojuegos: la cultura de Diablo III*, expone las formas de poder y agencia del jugador online a través de las expresiones de producción cultural emergentes. Asimismo, se analizarán los procesos por los cuales los jugadores subvierten las estructuras prediseñadas del juego y generan nuevos entramados de prácticas de consumo digital, producción de contenido y culturas participativas (Jenkins, 1992, 2009).

La obra concluye con un capítulo dedicado a las conclusiones, donde propongo una recopilación de los hallazgos y reflexiones más relevantes realizadas a lo largo de todo el proyecto.

Adicionalmente, en la parte final del tomo, ofrezco cinco anexos documentales que tienen por fin facilitar la comprensión del lector y poner a su disposición información relevante referente al trabajo de campo, éstos son:

- 1) ANEXO I: Glosario terminológico.
- 2) ANEXO II: Guión entrevistas en profundidad.
- 3) ANEXO III: Ficha técnica entrevistas en profundidad.
- 4) ANEXO IV: Diseño del cuestionario online (plantilla).
- 5) ANEXO V: Informe de resultados y análisis de encuesta online.

CAPÍTULO II:
CONCEPTOS BÁSICOS Y ESTADO DE LA
CUESTIÓN. ALGUNAS NOCIONES PARA
ENTENDER *DIABLO III* Y LOS
VIDEOJUEGOS.

CAPÍTULO II: CONCEPTOS BÁSICOS Y ESTADO DE LA CUESTIÓN. ALGUNAS NOCIONES PARA ENTENDER *DIABLO III* Y LOS VIDEOJUEGOS.

"Los juegos de los muchachos no son tales juegos; antes bien, deben considerarse como sus acciones más serias."

– Michel de Montaigne.

"El trabajo es todo lo que se está obligado a hacer; el juego es lo que se hace sin estar obligado a ello".

– Mark Twain.

"El problema con los árbitros es que conocen las reglas, pero no conocen el juego".

– William Shankly

En el capítulo anterior se ha esbozado una breve introducción, más bien primera aproximación, a las problemáticas y retos de investigación sobre los que versa el presente proyecto de tesis doctoral. Si bien introducidos, es el momento de ahondar más profundamente en la materia que aquí nos atañe. A lo largo del presente capítulo abordaré el estado de la cuestión y algunos de los conceptos clave, transversales a lo largo de todo el proyecto, cuya presentación y aclaración es fundamental para el desarrollo y construcción de los capítulos y epígrafes venideros. El objetivo, por tanto, es aproximarnos a la realidad socio-técnica de los videojuegos –tan cargada de prejuicios (Rodríguez et al., 2002)- y realizar algunas aclaraciones terminológicas para, posteriormente, presentar de un modo sucinto uno de los objetos de investigación que aquí nos ocupa, estos son, *Diablo III* y el género rol de videojuegos.

1. Conceptos clave. Algunas clarificaciones conceptuales. *Play, game, círculo mágico, game mechanics, game rules y gameplay.*

Tal y como señala Crawford (1982), para entender un juego es preciso aclarar previamente a qué nos referimos concretamente bajo el concepto de juego. Existe una larga y profusa tradición bibliográfica que ha debatido críticamente acerca de dicho término. Desde los orígenes de la discusión, hace ya más de dos siglos (Sutton-Smith, 2009), los teóricos han encontrado gran cantidad de dificultades para conceptualizar el juego debido a, como reseña Sutton-Smith (2009), la diversidad de jugadores, géneros y escenarios. Como mostraré a lo largo del capítulo, una multitud de disciplinas se han interesado por la problemática del juego¹. Sin embargo, en esta ocasión, me centraré más concretamente en las perspectivas y aproximaciones de corte predominantemente socio-cultural (sin renunciar a la inclusión de algunas aportaciones multidisciplinares). Desde los controvertidos y, en cierta medida, pioneros análisis de Huizinga (1954) y Caillois (1967), hasta los teóricos más actuales (Aarseth, 1997; Salen y Zimmerman, 2004, Juul, 2005), el debate vigente aún genera grandes polémicas. Como no podía ser de otro modo, empezaré abordando la definición primigenia de juego, ofrecida por Huizinga en su célebre *Homo Ludens* (1954), sobre la que se ha articulado gran parte de la discusión científica posterior.

“El juego en su aspecto formal, es una acción libre ejecutada <<como si>> y sentida como situada fuera de la vida corriente, pero que, a pesar de todo, puede absorber por completo al jugador, sin que haya en ella ningún interés material ni se obtenga en ella provecho alguno, que se ejecuta dentro de un determinado tiempo y un determinado espacio, que se desarrolla en un orden sometido a reglas y que da origen a asociaciones que propenden rodearse de misterio o disfrazarse para destacarse del mundo habitual” (1954: 27).

¹ Son numerosas las disciplinas que han abordado el análisis del juego. Biología (reacciones fisiológicas), psicología (conducta, riesgos y comportamiento), filosofía, economía.

Numerosos investigadores (Caillois, 1967; Salen y Zimmerman, 2004) han hecho referencia a la gran complejidad de la cita arriba mostrada. Por ello, se vuelve altamente pertinente diseccionar y analizar con mayor detenimiento la concepción de juego acuñada por Huizinga a fin de clarificar el concepto (con la ayuda de los trabajos de su discípulo Caillois).

Características del juego:

- El juego es una actividad libre o separada que implica libertad de elección. Un juego forzado u obligado deja de ser juego.
- El juego es absorbente, por tanto tiene que resultar atractivo e inmersivo (a fin de atrapar al jugador en la realidad lúdica desplegada).
- El juego no es productivo, sin embargo, tiene en su esencia un elemento inmaterial que va más allá de una mera función socio-cultural, fisiológica o psicológica. Es una función llena de sentido, todo juego significa algo.
- *“El juego se aparta de la vida corriente por su lugar y su duración”* (Huizinga, 1954:22). En definitiva, las actividades lúdicas estarían encerradas en sí mismas. Se juega dentro de unos límites de tiempo y espacio claramente demarcados generando una realidad ilusoria alternativa (círculo mágico). El juego, por tanto, agotaría su curso y sentido dentro de sí mismo. Son mundos o realidades temporarias inscritas dentro del mundo habitual que sirven para la ejecución de una acción que se consume en sí misma. Sin embargo, algunos autores como Farley (2000) realizan una fuerte crítica a esta idea al considerar que el recuerdo o influencia del juego permanece más allá de la partida, y por tanto no se trata de una acción que se consume en sí misma. En línea con Farley, desde el concepto de subjetividad de Foucault (1982), que desarrollaremos más en

profundidad a lo largo del presente proyecto de tesis, también se puede hacer una crítica fundamentada al supuesto mencionado por Huizinga. Las experiencias lúdicas no se desvanecen sin más una vez que el juego ha concluido, si no que dejan una fuerte impronta en los procesos de construcción de la identidad, es decir, en nuestro propio yo (recuerdos, experiencias, recreaciones, filias, fobias...).

- Dentro del juego hay un orden absoluto y rígido. La realidad lúdica genera un orden “provisional” en un mundo desordenado e imperfecto. El juego requiere, por tanto, organización y normas (juego reglado). Cualquier desviación o alteración (trampa, *grief play*², *trolleos*) pueden dar al traste con todo (destruyendo la magia del juego). Esto responde a su componente estético, el juego ha de ser ordenado, bello.
- Por último, el resultado del juego es incierto. El resultado final no puede estar predeterminado.

Pese a que como veremos más adelante, varias de estas características son criticables, o al menos muy controvertidas, como señala Pearce (2009) los aspectos relacionados con la improductividad del juego (Taylor 2006, Wirman 2009, Pearce 2009) y la cuestión de la circunscripción en un espacio separado (o aislado de la realidad cotidiana) serían los más problemáticos. Por tanto, es necesario aclarar desde este momento que el juego no es en absoluto una actividad improductiva y que no se encuentra aislado del espacio de lo cotidiano o real.

La confusión generalizada surgida a raíz de la definición de Huizinga, y más concretamente su afirmación de que “*el juego es una actividad libre circunscrita a reglas*” (1938:23), llevó a su discípulo Caillois (1958) a profundizar más en el concepto de juego, realizando algunas distinciones

² El *grief play* (juego molesto) haría referencia al estilo de juego de algunos jugadores que acosan, molestan o perturban el orden y la tranquilidad del resto de jugadores.

conceptuales muy clarificantes. La primera de ellas, la diferenciación³ básica entre dos tipos de juego, el *paideia* y el *ludus*. En primer lugar, Caillois entiende por *paideia* aquellos juegos más simples, es decir, aquellos poco normativizados, estructurados y/o organizados. La denominación *paidea*⁴ (del griego educación o formación) se encuentra etimológicamente emparentada con el término *país* (niño), ya que este tipo de juegos son los más frecuentes y comunes entre jóvenes y pequeños. Se trata de juegos muy libres, espontáneos, poco reglados y sin unas metas o fines claramente preestablecidos, tales como los juegos de imitación básica⁵, juegos de arenero⁶ o saltos a la comba. En definitiva, los *paideia* serían aquellos juegos libres o carentes de complejas estructuras de reglas y objetivos claros demarcados. Por su parte, Caillois entiende por *ludus* aquellos juegos más complejos, controlados, organizados, reglados u orientados a metas y fines (previamente establecidos). En definitiva, juegos altamente estructurados y normativizados, es decir, más formales. Desde los deportes más populares, pasando por los juegos de casino o cartas, hasta los videojuegos⁷, todos ellos serían ejemplos de *ludus*. Antes de continuar con la discusión, es preciso hacer una pequeña clarificación conceptual. En la literatura científica especializada en el juego, principalmente en lengua inglesa, los distintos teóricos han realizado esfuerzos por distinguir entre los conceptos de *play* y de *game* (que como veremos más adelante han sido asociados a los de *paideia* y *ludus* respectivamente). La carencia de dicha distinción en castellano (ambos conceptos, *play* y *game*, se traducen como juego) dificulta sustancialmente la comprensión debido que expresan ideas totalmente diferentes (por ello se recomienda cautela).

³ Nótese que tal distinción no es posible en castellano, lo que complejiza y dificulta aún más la aprehensión del término para los hispanoparlantes.

⁴ *Paideia* proviene etimológicamente del griego *παιδεία* que hace referencia a la educación o formación de los individuos

⁵ También conocidos como juegos de mimo, mímica (*mimicry*). G.H. Mead (1968, 1991) atribuye a este tipo de juegos de imitación la adopción del otro generalizado.

⁶ Los juegos de arenero, de hecho, dan nombre a uno de los géneros de videojuegos más populares en la actualidad, estos son los *sandbox*. Se trata de juegos altamente emergentes, sin fines o metas claras donde el desarrollo del juego mismo depende en gran parte de los jugadores o la comunidad. Ejemplos: *Minecraft* (2009), *Sims* (2000)...

⁷ Como anteriormente se ha señalado, no todos los videojuegos encajarían a la perfección en la definición que ofrece Caillois (1958) de *ludus*. Juegos como *Minecraft* (2009) estarían también próximos a los *paideia*.

La distinción realizada por Caillois no ha estado libre de controversias. En primer lugar, el psicólogo de la educación Piaget (1951) afirma que los *paideia* (juegos más básicos o simples) están totalmente libres de normas. Mientras, el teórico Gonzalo Frasca (2000) critica duramente esta idea afirmando que todo juego tiene algún tipo de códigos normativos o reglas (incluidos los *paideia*). Para este autor, la diferencia entre el *paideia* (*play*) y el *ludus* (*game*) se encontraría en los resultados. De este modo, mientras que en los juegos *ludus* existirían metas y objetivos explícitos (que se resolverán en función del éxito o fracaso), en los juegos *paideia* dichas metas serían inexistentes, difusas o poco explícitas. En misma línea de Frasca, Fernández (2013) nos recuerda cómo Salen y Zimmerman (2004) asocian la noción de *play* al concepto de “juego informal” de Parlett (1999), caracterizado por no disponer de reglas, normas o patrones específicos. A diferencia de esto, enlazan el concepto de *game* a la noción de “juego formal”, que se caracteriza por mantener una fuerte estructura de medios y fines. En dicha estructura los medios consistirían en una serie de recursos, disposiciones (*affordances*) o mecanismos de interacción, que en base a un conjunto de reglas y normas, permiten superar los retos planteados a fin de lograr el éxito. Los fines, por su parte, consistirían en las metas, retos o misiones que los jugadores han de superar para lograr completar el juego (*game*).

A partir de ahora, como hiciera el propio Huizinga (1954), quien se interesó especialmente en el análisis de los juegos de índole social (formas complejas de juego más cercanas al concepto de *game*), en los epígrafes venideros me centraré en este tipo de juegos más normativizados u orientados a metas o fines (reconociendo, eso sí, que muchas formas de videojuegos actuales son difíciles de clasificar en el amplio y difuso espectro de *play-game*⁸). Es el momento, por tanto, de ofrecer una definición de juego tal y como la entenderemos de aquí en adelante.

En primer lugar, pese a ser los pioneros en el análisis de los *games*, autores como Bernard Suits (1978) o David Parlett (1991, 1999) nunca estuvieron

⁸ Los denominados *sandbox*, o juegos emergentes como *Minecraft* o *Sims* no se caracterizan por ser estructurados o estar orientados a metas claras pre-diseñadas. Por tanto, este tipo de juegos tendrían más similitudes con las nociones de *play* (*paideia*) desarrolladas por Caillois (1967).

directamente interesados en los videojuegos en sí (sus análisis fueron más genéricos o centrados en otro tipos de dispositivos, como los juegos de cartas o de tablero). A diferencia de ellos, es el diseñador Chris Crawford (1984) el primer autor que verdaderamente se preocupa por tratar estos asuntos más específicamente. En su célebre *The Art of Computer Game Design*, sin ofrecer una definición como tal de videojuego, recoge cuatro rasgos característicos y presentes en estos (representación, interacción, conflicto, y seguridad⁹). Tomando como clara referencia a los autores citados, desde el ámbito del diseño de videojuegos, Salen y Zimmerman definen los *game* (juegos) como una suerte de “*sistema en el que los jugadores participan en un conflicto artificial, definido por una reglas, que producen un resultado cuantificable*” (2004: 80). En una línea muy similar, aunque más desarrollada, Juul define el juego como:

“A rule-based formal system; with variable and quantifiable outcomes; where different outcomes are assigned different values; where the player exerts effort in order to influence the outcome; the player feels emotionally attached to the outcome; and the consequences of the activity are optional and negotiable” (2005:7).

Generalmente se tiende a pensar que todos los videojuegos encajan a la perfección dentro de la noción de *game* (*ludus*), sin embargo, como critican Corneliussen (2008) o Newman (2009), esto no tiene por qué ser así. Existen ejemplos de juegos emergentes -como los anteriormente mencionados *Minecraft* (2009) o *Los Sims* (2000)- donde no existiría un conjunto estructurado de objetivos y/o metas finales claramente definidos; estos juegos, por su parte, tendrían características conjuntas de *play* (*paideia*) y de *game* (*ludus*) al mismo tiempo. Más allá de estas críticas, Corneliussen (2008) o Taylor (2007) recuerdan como infinidad de juegos, especialmente los *sandbox* o los de género rol online (por ejemplo, *World Of Warcraft*), no tienen siempre un final o meta claros. Si bien *Diablo* cuenta con todos los componentes de un juego de rol tradicional, como puedan ser: interpretación, performatividad, matar monstruos, realizar

⁹ La noción de seguridad hace referencia a que en los videojuegos los conflictos no acarrear las mismas consecuencias que tendrían fuera del juego en sí (o del círculo mágico). Véase explicación de Egenfeldt-Nielsen, S., Smith, J.H., Tosca, S.P. (2012). *Understanding videogames: The essential introduction*, Nueva York, Routledge (segunda edición).

misiones, cazar tesoros, lograr objetivos, subir de nivel y competir (tanto directa como indirectamente), por otro lado, este tipo de juegos no tienen un final claro, o dicho de otro modo, no existe un nítido ganador. Pese a que en teoría existe una línea obvia u objetiva que marca el fin del juego, es muy común que un jugador siga jugando después de haber logrado el máximo nivel posible o haber completado las misiones. Realmente la gente se encuentra en un mundo performativo, inmersa en un espacio social de interacción donde brotan afectividades, identidades y prácticas lúdicas emergentes, y por ello, no dejan el juego. Los jugadores tal y como indica Taylor, “*crean identidades para sí mismos, tienen una variedad de redes sociales, toman roles y obligaciones, construyen historias y comunidades. La gente vive, y a través de la vida, juega*” (2006: 29). Por otro lado, la misma autora (2007), en línea con Corneliussen o Newman, también crítica a la definición de *game* propuesta por Juul desde el ámbito del situacionismo o los estudios críticos del juego¹⁰, reclamando un enfoque que tome más en cuenta a los jugadores y a las prácticas emergentes, consideradas hasta el momento como secundarias o periféricas en relación a las reglas o mecánicas de juego.

"Scholarly work on computer game theory has, especially in its early years, tended to emphasize designer- or system-centric views of what constitutes the game. It is not that players are ignored, but that the essence of the game is often seen as consisting of formalized structures and rules (and the larger system or game engine that enacts them) [...] When many of the most popular games prove difficult to fit within this logic, we should perhaps reconsider our notions of center and periphery"(Taylor, 2007: 123).

Desde las definiciones más simples de videojuegos como la de Malaby (2007) “*A game is a semibounded and socially legitimate domain of contrived contingency that generates interpretable outcomes*” hasta otras más complejas y elaboradas como las acuñadas por Pearce (2009) o Aranda y Sánchez-Navarro

¹⁰ Véase epígrafe centrado en el situacionismo. Capítulo III Marco Teórico.

(2009) la mayoría parecen incorporar la idea de estructuras, sistemas o dominios que se encuentran reglados, normativizados o delimitados¹¹.

“Sistemas basados en reglas con objetivos que se logran superar con el esfuerzo y la interacción de los jugadores, así como con su vínculo emocional, que se ponen en práctica a través de un software informático y mediante ordenadores o consolas y otras plataformas tecnológicas”. (Aranda y Sánchez-Navarro, 2009: 25).

“Un juego es un sistema formal para el juego estructurado constreñido por un conjunto de reglas que establecen los medios para el logro de un meta especificada¹²” (Pearce, 2009: 26).

Por tanto, es el momento de ahondar más profundamente en la noción de reglas de juego y hacer una pequeña distinción entre éstas (*game rules*) y las mecánicas de juego (*game mechanics*). Sicart (2008), inspirado por Järvinen (2008), propone no solo una distinción entre reglas y mecánicas de juego, sino poner en relación las reglas de juego con la agencia y el *gameplay*¹³.

- **Reglas de juego (*game rules*):** las reglas de juego son los elementos que estructuran y organizan el juego (Juul, 2005). Para Salen y Zimmerman (2003) suponen la estructura formal del juego y se caracterizan por: limitar la acción del jugador, ser explícitas, sin ambigüedades, fijas, compartidas y repetidas. Por su parte Juul (2005) define las reglas como limitaciones y disponibilidades. Las reglas nos indican qué no está

¹¹ Nótese que existen algunas definiciones de videojuego elaboradas por académicos especialistas en la materia que obvian las reglas o delimitaciones como un rasgo presente en estos artefactos socio-técnicos. Un ejemplo sería la definición de Frasca (2001): “Cualquier forma de software de entretenimiento basado en ordenador, ya sea textual o basado en imágenes, que utilice cualquier plataforma electrónica, como ordenadores personales o consolas, y que implique a uno o múltiples jugadores en un entorno físico o en red”. Disponible en: Aranda, D., Sánchez-Navarro, J. (2009). Aprovecha el tiempo y juega: Algunas claves para entender los videojuegos, Barcelona, UOCpress

¹² Traducción propia de: “a game is a formal system for structured play constrained by a set of rules that prescribe the means of achieving a specified goal” (Pearce, 2009: 26)

¹³ Experiencia de juego pretendida o diseñada. El *gameplay* se refiere a la experiencia de juego que emerge y se construye a partir del sistema formal de reglas existente. Véase epígrafe titulado *gameplay* en este mismo capítulo para más información.

permitido hacer, pero a la vez nos informan -negativamente- acerca de lo que podemos realizar. Por tanto, lo que no está prohibido está permitido.

“Las reglas del mundo son un aspecto importante, porque a través de ellas se encarnan las potencialidades a través de las cuales se materializa la cultura emergente” (Pearce, 2009: 29).

- **Mecánicas de juego** (*game mechanics*): por su parte las mecánicas de juego serían constructos de reglas que determinan las posibilidades y la forma en que se juega, y que tienen por objetivo generar un *gameplay*. Por ejemplo, la forma en la que un jugador se desplaza por el escenario o recoge los tesoros caídos supondrían ejemplos de mecánicas de juego (conformadas por conjuntos de reglas de juego).

A partir de aquí, surgen una serie de interrogantes que son susceptibles de interés y análisis. ¿Los juegos tienen una meta definitiva? ¿La consecución o no de las metas implica el éxito o el fracaso? ¿Las metas van siendo descubiertas a medida que transcurre el juego y pueden surgir del proceso de juego mismo?

Como hemos mostrado, las definiciones ofrecidas -con sus particulares matices-, tienen claramente como punto en común la existencia de una serie de reglas y metas. Hasta aquí nada difiere del resto de juegos clásicos, sin embargo, no hay que pasar por alto que mientras que en los juegos tradicionales, tales como: cartas, deportes, casinos, juegos de azar..., las reglas están pre-establecidas o fijadas antes de comenzar, en los videojuegos las reglas se van descubriendo poco a poco mediante la travesía de la práctica de juego en sí. De este modo, especialmente en géneros como los juegos de rol (RPG¹⁴) o *sandbox*, las reglas y objetivos van emergiendo a medida que el jugador va experimentando qué se puede o no puede hacer. Adicionalmente, conforme a que el jugador profundiza en la cultura de juego emergente colectiva, generada a través de redes de prácticas y mediaciones (Tirado y Domènech, 2005;), o agencias compartidas (Latour, 1998; Lasén, 2012; Hjorth, 2011), emergen una serie de nuevas metas mientras

¹⁴ Abreviatura de Role-Play Game.

se subvierten, reconstruyen o ignoran otras. En cierta medida, este factor genuino (la deducción de las reglas) resulta atrayente para los jugadores, y como veremos en el capítulo VII, parte del “encanto” y de la esencia del juego radica en la búsqueda de la cotidianeidad (Goffman, 1959; Garfinkel, 1968a) y el control sobre el juego en sí (los jugadores al inicio del juego se encuentran perdidos e incómodos mientras se familiarizan con las mecánicas, el entorno, la rutina y la cultura emergente). De hecho, Consalvo habla del capital de juego: “*se trata de dominar el videojuego, sus actualizaciones y ser capaz, también, de hacer circular esta información a los demás*” (2007:18¹⁵).

Como señala Pearce (2009), el caso de los videojuegos de rol online es muy interesante debido a que éstos suelen tener un final relativamente abierto (aunque eso sí, de narrativa predominantemente lineal). Las metas, objetivos y estructura clásica de un juego de rol se asientan sobre la mejora del nivel del personaje/avatar (*leveling*), el cual se construye y basa su progreso y perfeccionamiento en la realización de misiones que suponen micro-metas, micro éxitos o fracasos (todo esto, desde un enfoque puramente instrumental). Sin embargo, uno de los aspectos más interesantes, como hemos dejado entrever en el párrafo anterior, es que más allá de las metas preestablecidas por el diseño inicial del juego pueden surgir meta-objetivos o *metagoals* emergentes que distan mucho de los programados en el *gameplay* y en el diseño original. Como mostraré en los próximos capítulos, los jugadores reinterpretan, transforman e incluso ignoran los objetivos propuestos; desde jugadores que se plantean como objetivo conseguir todos los objetos de un tipo determinado, lograr el máximo nivel en todos los personajes, crear un grupo de amigos imbatible o superar el juego sin utilizar un servicio, personaje o ítem determinado (por ejemplo, algunos jugadores de *Diablo* prohibieron el uso del servicio de casa de subastas o del avatar seleccionable bárbaro¹⁶).

Debido a todas las problemáticas expuestas hasta ahora, Pearce (2009) propone acabar con el simplista modelo dicotómico *play-game* y entenderlo más

¹⁵ Cita extraída de: Aranda, D., Sánchez-Navarro, J. (2009). *Aprovecha el tiempo y juega: Algunas claves para entender los videojuegos*, Barcelona, UOCpress.

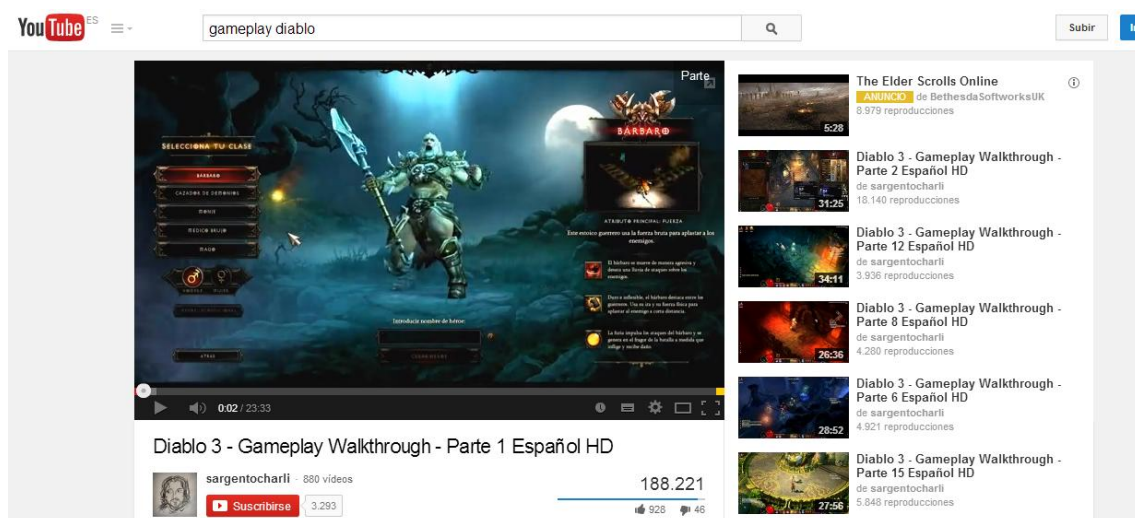
¹⁶ Véase capítulo VIII epígrafe emergencia cultural.

como un complejo espectro o continuum que iría desde los juegos *game/ludus* (lineales, orientados a metas, altamente normativizados y con final cerrado), como *Everquest*, hasta los metaversos/paideáticos (con finales más abiertos, metas menos claras y con un fuerte componente de co-creación y agencia compartida) como *Minecraft*, *Sims* o *Second Life*.

1.1. Gameplay

A lo largo del capítulo hemos aludido al concepto de *gameplay* en varias ocasiones, sin embargo –hasta el momento–, no se ha ofrecido una definición muy clara o convincente que asiente el término con la contundencia debida. Como afirma Peter Bayliss (2007), a pesar de la madurez de los *game studies*, las cuestiones relativas al *gameplay* (y sus particularidades) aún se encuentran relativamente inexploradas. Es por ello por lo que vamos a realizar algunas clarificaciones conceptuales respecto a la noción de *gameplay* antes de abordar la noción de círculo mágico, recurrente en los *games studies*. Coloquialmente, en la actualidad, el concepto de *gameplay* evoca o sugiere la generación de vídeos editados por jugadores que dan muestra de sus experiencias y prácticas de juego mientras narran o comentan lo acontecido en el espacio lúdico de performance e interacción (véase figura 2.1.). Sin embargo, la noción de *gameplay*, en la tradición académica, dista mucho de su interpretación más coloquial.

Figura. 2.1. Imagen que muestra un ejemplo de vídeo *gameplay* para ilustrar su acepción coloquial.



Fuente: captura de pantalla en Youtube¹⁷:

Hasta ahora, hemos entendido por *gameplay* la experiencia de juego pretendida o diseñada que emerge y se construye a partir del sistema formal de reglas existente. Pero ¿de dónde surge esta idea? En un origen, el *gameplay* fue entendido por Johan Huizinga como una suerte de “círculo mágico”, es decir, ese fenómeno que “*absorbe intensa y completamente al jugador*” (1954: 13) distanciándole del espacio de la vida cotidiana espacial y temporalmente (de hecho, Huizinga describe el círculo mágico como un “intermezzo”, pausa o interludio en nuestra vida diaria). El concepto *gameplay*, usado en exclusiva para los videojuegos, a menudo es confundido con las mecánicas de juego, sin embargo, se trata de dos conceptos muy diferentes entre sí. Pondremos un ejemplo, mientras que el diseño formal del juego está orientado para matar a un jefe (*game mechanics*) el modo en el que lo matas, y las experiencias derivadas del logro, tendrían más que ver con el *gameplay*.

Numerosos académicos se han interesado por ahondar en el concepto de *gameplay* desde muy diferentes enfoques. En primer lugar Jesper Juul (2005) concibe la noción de *gameplay* como “*el grado y el tipo de interactividad que el juego incluye; es decir, cómo el jugador puede interactuar con el universo ficcional del juego y cómo ese universo reacciona a las decisiones y acciones del jugador*” (87). Por otro lado, King y Krzywinska (2006) lo definen como:

“El conjunto de tareas, objetivos o potenciales no pertenecientes al mundo real, que se establecen para el disfrute del jugador en un mundo paralelo alojado en la pantalla, presentados de conformidad con un conjunto de reglas pre-establecidas y que dan lugar a una serie de resultados distintos entre sí” (2006: 9)¹⁸.

¹⁷ Disponible en: <http://www.joystiq.com/2005/02/01/world-of-warcraft-causes-riots-in-the-streets/> [24/02/14]

¹⁸ Traducción del original en inglés “*The particular set of non-real-world tasks, goals or potentials set for the player’s enjoyment within an on-screen arena, performed according to a set of pre-established rules and as a result of which a number of different outcomes are possible*” disponible en: Fernández, M. (2013). La iluminación como recurso expresivo para guiar las interacciones en los videojuegos tridimensionales, Getafe, Tesis doctoral Universidad Carlos III de Madrid.

Por su parte, Fernández (2013), citando a Salen y Zimmerman (2004), nos recuerda como el “*gameplay no puede ser creado por el diseñador de forma directa, sino que éste emerge en la medida en la que el jugador se relaciona con el sistema de reglas*”. Por tanto, el diseñador del videojuego diseña el *gameplay* (experiencia de juego) de una manera indirecta, “*a través del diseño directo de las reglas*” (Salen y Zimmerman, 2004: 316). Esta idea, se complementa con la visión de Mäyrä (2009) para quien las experiencias de *gameplay* son sólo posibles gracias a todo el contexto socio-cultural que las rodea (los significados, prácticas y experiencias derivadas del juego varían mucho según el contexto social donde se diseña, distribuye y practica). En la misma línea de Mäyrä, pero introduciendo la noción de *embodiment*, Bayliss afirma que, “*gameplay is an embodied phenomenon, one that can only exist as experienced by the player situated in the particular context of their own experience*” (2007: 1). Finalmente, desde el campo más filosófico, otros autores como Miguel Sicart (2009b) han trabajado el concepto del *gameplay* desde su diseño ético (la *gameplay* ética¹⁹). Concluiremos, por tanto, afirmando que la *gameplay* será entendida en este proyecto como las experiencias pretendidas²⁰, y diseñadas indirectamente, que el videojuego hace emerger a raíz de una estructura formal y rígida de reglas y mecánicas (experimentadas en un contexto sociocultural determinado).

1.2. Círculo mágico

“Juego honestamente y juego para ganar. Si pierdo, sufro las consecuencias”.

– Bobby Fisher.

¹⁹ Sicart define la *gameplay* ética como “*una experiencia lúdica en la que la interacción con un sistema lúdico a través de mecánicas y reglas requiere por parte del jugador un tipo de reflexión moral que va más allá del cálculo de estrategias óptimas [...]. Si entendemos que los juegos establecen una relación con sus jugadores basada en la limitación consciente y diseñada de “agentividad” (agency), y si definimos a los jugadores como agentes morales que pueden utilizar razonamientos éticos en su experiencia de juego (Sicart, 2009), podemos concluir que es posible diseñar juegos en los que la limitación de “agentividad” no está exclusivamente orientada a crear desafíos de coordinación o mentales, sino también dilemas morales que sólo pueden ser resueltos por un jugador capaz de aplicar estrategias morales en su experiencia del juego.*” (2009: 48). De este modo, es posible diseñar un *gameplay* que busque enfrenar a los jugadores a debates y dilemas éticos que deben superar o a los que deben enfrentarse.

²⁰ Experiencia de juego como diseño y/o expectativa por parte de los creadores y diseñadores del videojuego.

Desde los inicios de la preocupación académica por lo lúdico, ha existido una fuerte controversia en cuanto a la definición y consideración de juego. Actualmente sigue habiendo autores que entienden el juego como una actividad separada de la vida real, una acción ilusoria o una mera fantasía. Salen y Zimmeran (2004) enfatizan en la idea de que el tiempo, el espacio y las reglas del juego se hallan perfectamente delimitadas y separadas del tiempo, espacio y reglas de la vida real (o cotidiana). Sin embargo, dichas asunciones son controvertidas. Pero, ¿cuál es el origen de dichas discrepancias? Posiblemente encontremos el “pecado original” en dos de los autores clásicos más citados dentro de los *game studies*, Johan Huizinga (1938) y Roger Caillois (1958), y más concretamente, en su célebre concepto de círculo mágico²¹. Estos autores entienden por círculo mágico ese espacio separado (de la realidad cotidiana), improductivo, ficticio, reglado por normas especiales y ajeno a la realidad diaria que generan todos los juegos. Según su perspectiva, cuando los jugadores inician un juego se sumergen en un mundo alternativo (círculo mágico) que según Buckingham (2006) tiene unas fronteras muy claras que lo delimitan de la vida real o dicho de otro modo, de lo que queda fuera del círculo mágico. Según este autor, los jugadores son muy conscientes de cuándo traspasan las barreras entre ambos “mundos”. Confuso, malinterpretado e incluso empleado con cierta arbitrariedad, algunas falacias del círculo mágico han sido arrastradas a lo largo de los años.

Partiendo de la afirmación de Huizinga referente a que “*el juego agota su curso y sentido dentro de sí mismo*” (1938: 23), Juul (2003) y Corneliussen (2008) critican a Huizinga, Caillois y Buckingham aduciendo que las fronteras entre lo que denominan “vida real” y “espacio de juego” (espacio inserto dentro del círculo) se desdibujan y son difusas (el juego nunca es una actividad aislada de la realidad). Las consecuencias del juego traspasan estas “falsas fronteras”, que realmente se asemejarían más a una membrana porosa que separa dos planos de una misma realidad (entre la que los usuarios se deslizan). De hecho, para

²¹ Algunos de los fragmentos mostrados en este epígrafe han sido extraídos de trabajos publicados previamente por el doctorando como: Puente, H. (2012). Análisis crítico de Diablo III. El mito del juego irreal. Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales, Norteamérica, 9, dic. 2012. ISSN: 1549 2230 Disponible en: <http://teknokultura.net/index.php/tk/article/view/63>.

demostrar la citada inconsistencia, volatilidad y permeabilidad del círculo mágico, autores como Castronova (2001, 2005), Dibell (2006), Taylor (2006), Mortensen (2008) o Pearce (2009) han hecho referencia a fenómenos como el *farmeo*²² o la compra-venta directa de objetos virtuales, personajes o incluso cuentas de usuario a cambio de dinero real (que ponen de manifiesto lo desdibujado y poroso del círculo).

El círculo mágico puede parecer a priori un armazón sacrosanto (Castronova 2005), infranqueable o impenetrable, pero la evidencia empírica muestra una realidad bien distinta. Como he introducido anteriormente, Pearce (2009), citando a Castronova nos dice que “*en la práctica, por varias razones, es altamente poroso*” (2009, 23). La permeabilidad del círculo, es una constante, como así demuestran los trabajos de Larissa Hjorth (2014), quien a través los conceptos de co-presencia y “ambiente” desmonta las férreas fronteras que articulan el círculo mágico. A través de la noción de ambiente, Hjorth hace referencia a las travesías de las prácticas y experiencias lúdicas, que en continuo movimiento, se trasladan dentro y fuera de los espacios y escenarios de juego, de tal modo que hablamos de una co-presencia de espacios y lugares (donde el espacio de juego refleja matices y fenómenos culturales más amplios). Milne define la presencia como “*the degree to which geographically dispersed agents experience a sense of physical and/or psychological proximity through the use of particular communication technologies*²³” (2010: 165). De este modo, las nociones clásicas de presencia se desdibujan en el difuso tránsito constante entre espacios, escenarios y experiencias de juego. Por lo tanto, la idea de co-presencia visibiliza la movilidad de las prácticas de juego entre varios escenarios, por ejemplo, mientras que un jugador interactúa en el espacio online mediante su avatar (región anterior goffmaniana), sus prácticas, interacciones y experiencias se entrelazan e imbrican rearticulando los espacios privados (región posterior) desde los que éste juega (persona física). Sin duda, lo más interesante del asunto,

²² Procedente del inglés *farmer* (granjero) es el término que denomina a aquellos jugadores que tratan de obtener experiencia, dinero, objetos o recursos de gran valor dentro del juego, a través de matar enemigos una y otra vez en un mismo lugar (generalmente considerado como el más propicio para obtener la recompensa deseada). En numerosos casos, los farmeadores intercambian los recursos por divisas reales.

²³ Como afirma Hjorth (2014), los videojuegos online pueden ser entendidos dentro de esta categoría.

es que dichos espacios se encuentran en permanente interacción (por ejemplo, mientras un videojugador interpreta su rol en el tenebroso mundo de *Diablo* se puede escuchar a la hermana pequeña de uno de los jugadores hablar sobre los deberes de matemáticas). Otros ejemplos de interrupciones o perturbaciones del círculo también pueden jugar un papel importante. Bromas, actores inesperados que transgreden el espacio juego, fantasías disruptivas, o trolls y aguafiestas (Huizinga, 1954) pueden debilitar el círculo y la interpretación de roles (Goffman, 1959) ²⁴. Por lo tanto, la co-presencia puede ser experimentada a través de distintas modalidades (continuo) de online y offline, aquí y allí, ahora y luego (temporalidades) o serio y frívolo... entre las que se deslizan los individuos y que en su conjunto manifiestan y visibilizan las complejas modalidades de co-presencia de la vida cotidiana y re-articulan los espacios y prácticas de juego interconectados, mediados y paralelos (superpuestos). En línea con Licoppe (2004) o Hjorth (2014) las categorías binarias tradicionales, como online/offline o ausente/presente, ya no son adecuadas para el análisis y descripción de la vida cotidiana y de las prácticas lúdicas.

“Binaries such as here and there, virtual and actual, online and offline, absent and present have been eschewed through media practices” (Hjorth, 2014: 66).

Las fronteras del círculo mágico se derrumban porque las actividades, mediaciones y experiencias de juego transforman irremediamente, como hemos señalado, nuestra identidad y subjetividad (Foucault, 1982). De hecho, Juul (2005) no se muestra conforme con Salen y Zimmerman (2004) y dice que las consecuencias del juego afectan a los jugadores fuera de éste. Las fronteras se desdibujan, y los resultados del juego traspasan estas “falsas barreras” (recuerdos, experiencias...). Siguiendo el mismo argumento, Corneliussen y Rettberg (2008) hacen referencia a las emociones de los jugadores, por ejemplo, si un individuo cumple con los objetivos establecidos éste se alegrará, mientras que si falla experimentará emociones negativas (al menos, generalmente). De este

²⁴ Asimismo, Goffman (1959) habla de los individuos que perturban las interpretaciones de rol y juego, este es el caso del “cínico”, quien puede experimentar “una especie de gozosa agresión espiritual ante la posibilidad de jugar a voluntad con algo que su público debe tomar seriamente” (30). Otros fenómenos similares serían el juego perturbante, trolleo, *grief play*...

modo, las experiencias y emociones traspasan más allá del momento de juego, dejando una fuerte impronta en el jugador que no se diluye cuando se deshace el círculo mágico, es decir, marcando su subjetividad e identidad (Foucault, 1982).

Las prácticas transitan entre lugares y escenarios en un continuo dentro-fuera de espacios paralelos. Este hecho se evidencia en multitud de ocasiones, y por lo tanto, ofreceré algunos ejemplos adicionales. En primer lugar, es muy interesante el caso de un periodista del New York Times²⁵, jugador de *Diablo II*, quien a cambio de consejos y objetos en el espacio virtual accedió a las demandas de su hijo comprándole los juguetes que éste le había pedido. Por otro lado, otros ejemplos muy claros de ruptura de las fronteras o bordes del círculo serían los fenómenos como el surgimiento de amistad o filias, que se manifiestan en quedadas entre jugadores que han labrado sus vínculos afectivos en el espacio de juego sin conocerse previamente (desconocidos íntimos²⁶). Corneliussen y Rettberg (2008) hacen un llamamiento para acabar con el énfasis que hacen algunos autores entre la diferencia del mundo real y el juego, totalmente equivocada. Plantea que los juegos de rol parecen enfrentarse a estas divisiones binarias, y a las corrientes que se centran en el círculo mágico, afirmando, como hemos visto en multitud de ejemplos, que la realidad empírica se impone desarmando el férreo e impenetrable círculo.

Pese a todo, el concepto de círculo mágico (acuñado en 1938) se trata de una de las nociones centrales más trabajadas en los *games studies*, y de hecho, académicos de gran renombre como Espen Aarseth (1997) o Ian Bogost (2010) lo han empleado para describir la experiencia de los jugadores. Por ello, además de clarificar someramente el concepto, es necesario citar otros trabajos reseñables antes de finalizar el epígrafe, en este caso, serían los de Lacasa (2012), Poremba (2007) o Stenros (2014).

²⁵ Noticias disponible en: <http://www.nytimes.com/2001/11/15/technology/the-family-that-slays-demons-together.html?scp=1&sq=&st=nyt>

²⁶ Véase Lasén, A. 2014 “Introducción: Las mediaciones digitales en la educación sentimental de los y las jóvenes” en Megías, I. y Rodríguez, E. Jóvenes y Comunicación. La impronta de lo virtual, Madrid: CRS-FAD, está online) o Roberto González (2013).

Finalizando esta breve presentación de los conceptos más básicos, es el momento de pasar al análisis (más puramente aplicado) e introducir y contextualizar a nuestro objeto de estudio, éste es, *Diablo III* y el género rol.

2. Géneros de videojuegos. Una Introducción.

Siguiendo a Newman (2009) existen muy diversas formas de clasificar a los videojuegos; por plataformas (PC, videoconsola, teléfono portátil, móvil, tabletas), por el contexto de uso (doméstico, arcade, cibercafé), o por el sistema más comúnmente utilizado, el género (tal y como proponen Berens y Howard, 2001). Pese a todo, no siempre es fácil distinguir entre las distintas temáticas, y en nuestro caso, el objeto de estudio pertenece a una categoría inherentemente problemática debido a su naturaleza híbrida, esto es, juego de rol de acción multijugador online (aRPG).

Figura. 2.2. Sistema de clasificación de los videojuegos propuesto por Newman (2009).

Clasificación de los videojuegos. Sistemas de clasificación (Newman, 2009).
1. Por géneros: (rol, social, <i>shooter</i> , deportivo, plataformas, <i>quizz</i> , estrategia...).
2. Plataformas: (PC, consola portátil, consola sobremesa, teléfono móvil...).
3. Contexto de uso: sistemas domésticos, de monedas (recreativos), cibern... La ubicación tiene un papel muy importante. El juego doméstico será sólo o en compañía de amigos y/o familiares. El juego de monedas puede incluir un componente de actuación pública (observadores y público).

Fuente: elaboración propia.

Probablemente la primera distinción, relativamente compleja y elaborada, de tipos de juego (*game*) es la que realiza Caillois (1958) en su obra *Los juegos y los hombres: La máscara y el vértigo*. En dicho volumen, el autor clasifica a los

juegos entre cuatro categorías existentes en función de sus rasgos más característicos, esto son:

- **Alea:** azar, aleatoriedad, fortuna (juegos de azar o casino).
- **Agon:** competencia, lucha, competitividad (juegos de lucha, *shooters*, partidos de fútbol...)
- **Ilinx o vértigo:** simuladores de movimiento (simuladores de vuelo, montañas rusas...). Juegos donde el movimiento es lo importante.
- **Mimicry:** juegos de asunción de roles, imitación, toma de papeles, actuación y *performance*...

A priori todo parecería indicar que *Diablo III* es claramente un juego *mimicry* (en clave de Caillois), sin embargo, como veremos a lo largo del epígrafe -y de la tesis- el azar, la competitividad o la simulación se encuentran, paralelamente, muy presentes. Un error frecuente, es que se tiende a clasificar a los videojuegos en función de características excluyentes, cuando realmente éstos combinan distintas dosis de diferentes categorías. De este modo, pese a que *Diablo III* sería un juego predominantemente *mimicry* (o de rol), la importancia de la competencia (*agon*), o el azar (*alea*) es fundamental. Por ejemplo, el sistema competitivo de niveles, la creación de ítems con estadísticas aleatorias, las opciones de enfrentamiento jugador contra jugador (PvP), el *dropeo* (recolección de objetos generados aleatoriamente por los enemigos y/o entorno) o el *chance* (indicador de la posibilidad de que conseguir mejores objetos en función de tu nivel de hallazgo mágico), todo ello, complejiza el fenómeno mucho más de lo aparente a priori.

Por tanto, una parte significativa de los videojuegos de rol combinan, en distintos grados, diferentes características definitorias. Así mismo, una aportación interesante que se podría realizar al esquema propuesto por Caillois (1958) es que, si bien incorpora la noción de *agon* (competencia, competitividad), obvia la existencia de su antagónico (cooperación, colaboración), el cual ha

cobrado gran relevancia a partir de la emergencia de los denominados como *social games*²⁷.

Los sistemas más utilizados para clasificar los videojuegos son los basados en el género o temática. Pero, ¿qué entendemos exactamente por géneros? En primer lugar, Berens y Howard (2001) configuraron unas de las primeras clasificación por géneros de videojuegos.

Figura. 2.3. Sistema de clasificación de videojuegos en base a género. Berens y Howard (2001).

Sistema de clasificación de videojuegos por género. Berens y Howard (2001).
1. Acción y aventura.
2. Conducción.
3. Disparos en primera persona.
4. Plataformas y puzzle.
5. Juego de rol.
6. Estrategia y simulación.
7. Deportes y lucha.

Fuente: elaboración propia.

Así mismo, dentro del ámbito nacional, la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (aDeSe) propone una clasificación alternativa mucho más segmentada y precisa (lo que tiene gran sentido, dada la mayor oferta, ubicuidad y diversificación del juego).

Figura. 2.4. Sistema de clasificación de videojuegos en base a género. aDeSe (2012).

Sistema de clasificación de videojuegos por género. Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento.
1. Educativos.

²⁷ Juegos de simulación social en los que la interacción y la cooperación son de gran relevancia.

2. Infantil
3. Aventuras.
4. Plataformas.
5. Juego de rol.
6. Estrategia.
7. Deportes.
8. Simulación.
9. Acción.
10. Disparos.
11. Lucha.
12. Coches/Carreras.
13. Varios (Juegos de cartas, ajedrez, música, juegos de mesa).
14. Otros.

Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, todo este tipo de métodos de clasificación presentados tienen algunos inconvenientes. Como señala Newman “*las categorías son extremadamente confusas*” (2009:75), y al mismo tiempo se les puede aplicar la crítica de Bakhtin (1981) a los géneros literarios por tratarse de sistemas cerrados que se centran exclusivamente en el texto, sin tomar en cuenta las prácticas y experiencias, del videojuego en este caso. En definitiva, la ubicuidad y diversidad de los juegos es tal a día de hoy, que es sumamente difícil aprehender y reflejar, mediante categorías precisas, la ingente variedad y complejidad de este tipo de artefactos socio-técnicos. Por tanto, pese a que nuestro objeto de estudio, *Diablo III*, se puede clasificar como un juego de rol de acción multijugador online, es necesario ser más sensible a este tipo de cuestiones y entender que los dispositivos lúdicos son mucho más difusos de lo que aparentan en inicio (incorporando rasgos y características de multiplicidad de géneros y contextos culturales más amplios).

3. El juego de rol de acción multijugador online (aRPG).

Una vez realizada esta breve introducción a los sistemas de clasificación del videojuego, es el momento de redirigir la discusión hacia el género específico que aquí nos atañe, éste es, el género rol. Desde el paradigma de la acción, Erving Goffman (1959) define la noción de rol como:

“la promulgación de los derechos y deberes atribuidos a un status dado [...] Un rol social implicará uno o más papeles, y que cada uno de estos diferentes papeles puede ser presentado en una serie de ocasiones ante los mismos tipos de audiencia o ante una audiencia compuesta por las mismas personas” (1959: 28).

Pero, ¿qué entendemos exactamente por juegos de rol? Ante una noción tan recurrente en la literatura especializada, y a lo largo de la tesis, la definición de inspiración goffmaniana que ofrece Susana Tosca (2009) de *juego de rol (roleplaying)*, puede ser muy clarificante:

"los juegos de rol implican una actuación sin guión, donde los jugadores se basan en descripciones básicas de los personajes para comportarse y hablar de manera apropiada a medida que avanzan en sus aventuras²⁸" (2009, 129).

Por tanto, los juegos de rol implican una *performance*, actuación, interpretación de roles, máscaras y/o arquetipos... o como diría el propio Caillois (1967) una imitación (*mimicry*) sin guiones previos (mientras se avanza a través de una narrativa y un entorno propuestos que aspiran a ser atractivos y envolventes). Parece claro, entonces, para un sociólogo, que los conceptos enunciados evocan y remiten muy directamente a autores como Erving Goffman (1959). De este modo, las teorías y conceptos goffmanianos (como veremos en los próximos capítulos), serán centrales a lo largo del desarrollo de la presente tesis.

²⁸ Traducción propia del original en inglés: "*Roleplaying means performance without a script, where players rely on basic character descriptions to behave and speak in appropriate ways as they go along in their adventures*". (2009, 129).

Y de hecho, el uso de las herramientas teóricas y conceptuales propuestas por este autor poseen una larga tradición en el análisis de los juegos de dicha temática. Desde uno de los trabajos fundacionales del estudio de los juegos de rol, Mackay (2001) en su pionero estudio titulado “*The Fantasy Role-Playing Game: A New Performing Art*”²⁹ se propone estudiar las relaciones entre el *gameplay* y la vida real haciendo uso de los marcos de experiencia (Goffman, 1979). Asimismo, la propia doctora Tosca, en su estudio sobre los juegos de rol, también se inspira en el célebre concepto de *frame* (Goffman, 1974) para analizar los mecanismos³⁰ a través de los cuales los jugadores de rol mueven su discurso dentro de unos esquemas que empujan a los jugadores en determinadas direcciones. En el caso de que los esquemas utilizados sean los equivocados, existe un riesgo elevado de que puedan lentamente destruir la acción; de manera similar a la figura del aguafiestas señalada por Huizinga (1954), o la merma en la fachada o credibilidad de roles citada por Goffman, (1959).

Y si bien hasta ahora he ofrecido una definición académica de juego de rol, también es importante ahondar un poco más en la problemática y mostrar de manera somera cómo los jugadores perciben dichos juegos. Veamos, por tanto, un ejemplo en el que un jugador nos relata en qué consiste un RPG desde su perspectiva (ejemplo extraído de las entrevistas en profundidad realizadas a los jugadores de *Diablo III*).

“Sí, a mí...a ver...a mí los videojuegos que más me gustan son los RPG´s, tienes un personaje, tienes una historia, vas avanzando en la historia, vas desarrollando tu personaje, habilidades y demás, vas consiguiendo objetos y demás, y vas a avanzando en la historia, como que vas avanzando y progresando en el videojuego” (Entrevista nº: 2. Hombre, 24 años, Leganés).

Las narrativas o la historia, sobre las que profundizaremos más a lo largo del capítulo VI, parecen tener una importancia fundamental en los juegos de rol,

²⁹ Existen algunos trabajos previos de gran interés como “*Shared Fantasy: Role-Playing Games as Social Worlds*”, redactado por Fine (1983).

³⁰ Grabaron cinco sesiones de juego de rol con cinco grupos y másteres diferentes del juego *What a Wonderful War!* (2003).

de hecho, este aspecto ya ha sido señalado por Tosca (2009). Sin embargo, más allá de lo evidente (un juego de rol sin una trama es difícil de concebir), destaca un aspecto muy importante, éste es, el desarrollo del personaje. Como veremos más adelante (capítulos VI, VII y VIII) la evolución y desarrollo del personaje responde a una compleja red de actividades, prácticas y agencias compartidas (Latour, 1998; Tirado y Domènech, 1998; Lasén, 2012) que configuran e imbrican identidades, subjetividades, escenarios y roles.

Por otro lado, el lector quizá se haya podido percatar de que en la definición de juego de rol ofrecida por el jugador entrevistado no se hace ninguna referencia directa a la interpretación de roles (más allá a la mención explícita al desarrollo del personaje). ¿Pero entonces, existe verdaderamente la interpretación de roles o papeles en los videojuegos de dicho género? Pese a que esta cuestión es aún muy controvertida, como señalan MacCallum, Stewart y Parsler (2008) la actuación de roles sí que se encuentra presente y se manifiesta a través de numerosos ejemplos (aunque al mismo tiempo también afirman que muchos jugadores no se esmeran en interpretar su papel, ya que no existen beneficios directos o incentivos por representar el rol escogido³¹). De hecho, en la misma línea de estos autores, a lo largo de los más de dos años de observación participante desarrollados en esta investigación, se evidenció que pese a que en la práctica la actuación de roles no es un fenómeno extendido o generalizado (algunos jugadores se limitan a conducir el personaje más que a actuarlo/representarlo), la interpretación y performatividad dramática se encuentra presente en distintos contextos y grados (explícitos y sutiles). Desde jugadores que se limitan a conducir su avatar -y obviar el juego de máscaras e imitaciones- hasta videojugadores que perciben los aspectos más expresivos (performatividad de roles) como una parte indispensable y central del juego sin la que éste no tendría sentido. Asimismo, los distintos niveles de performatividad de rol se incrustan e imbrican transversalmente con las prácticas y actividades de juego cotidianas. De este modo, se evidenció en las entrevistas en profundidad

³¹ MacCallum, Stewart y Parsler (2008), afirman que quizás la desincentivación radica en que dentro del propio juego no existe beneficio alguno por interpretar un rol-play. Por ejemplo, cuando una persona juega a un juego de rol tradicional como por ejemplo D&D, los jugadores obtendrán puntos por interpretación de personaje a criterio del máster, sin embargo en Diablo III esto no es así. Por ello es muy difícil que un jugador opte por interpretar un papel, aunque es cierto que existen jugadores que lo hacen.

realizadas que, efectivamente, para algunos jugadores la interpretación del rol (“el meterse en el papel”) es un aspecto muy importante. Veamos un ejemplo gráfico en las siguientes citas.

“Pero sí es cierto que cuando dispongo de tiempo me gusta explorar y sobre todo, me gusta...o sea, conocer ¿no?, ese trasfondo, lo que es el background de la historia. Porque realmente si no conoces la historia, o sea, ¿cómo te metes en el personaje?, ¿cómo te metes en el papel? O sea, porque si no conoces qué es lo que quieres, cuál es tu rollo, a qué vas... ¿no? O sea, qué es lo que ha pasado para llegar a esta situación, no sé... yo creo que si no conoces eso o tienes un mínimo interés por conocerlo, o sea, el juego es un poco aburrido. Porque es soltarte en mitad de un mapa y ponte a matar bichos. No sé, creo que tiene más gracia, tiene más chicha, tiene más salsa el juego si tratamos un poco de comprender el universo” (Entrevista n^o: 4. Hombre, 26 años, Vigo).

“Siempre en este tipo de juegos, siempre acabo mirando en foros, eso, Wikipedias...un poco para informarme, empaparme un poco del trasfondo y meterme en el personaje”. (Entrevista n^o: 4. Hombre, 26 años, Vigo).

Queda patente, por tanto, que en los videojuegos de rol aún queda lugar para la performatividad dramática o la interpretación de roles (a través de jugadores que se interesan por introducirse en el universo propuesto metiéndose en el papel o rol elegido). Asimismo, este hecho deriva en multiplicidad de fenómenos de gran calado sociológico como puedan ser subjetividades, gestión de la identidad, afectividades o desasosiegos (por citar algunos). Por último, si bien nuestro objeto de estudio se encuadra dentro del género rol (con las cautelas anunciadas en los epígrafes anteriores), *Diablo III*, se enmarcaría en el subgénero conocido como juego de rol de acción multijugador online (aRPG³²).

³² Siglas de *action Role-Play Game*, juego de rol de acción multijugador.

4. *Diablo III* en contexto.

Pero, ¿qué es exactamente *Diablo III*? Sucesor de una de las sagas más exitosas de la industria, y habiéndose convertido en el juego de PC más rápidamente vendido de la historia³³, éste videojuego de rol de acción multijugador online (aRPG³⁴) puede entenderse, de acuerdo con Aarseth, como un videojuego de aprendizaje (*bildung game*) “en el que el jugador-personaje acumula fuerza y habilidades personales en un relato típico de pobre que se enriquece” (2007: 9), en línea con otros juegos clásicos como *Rogue/Nethack* o *Ultima Underworld*. Por tanto, *Diablo III* se podría enmarcar dentro de un subgénero específico de los juegos de rol clásicos, pero a diferencia de estos, los aRPG tendrían dos rasgos distintivos adicionales. En primer lugar, incorporan elementos típicos de otros géneros (como los de aventura, acción o plataformas) y en segundo lugar, el eje central de la acción se articula en torno al combate en tiempo real (a diferencia de los juegos de rol tradicionales que estarían basados en un sistema de combate por turnos). Videojuegos como *Diablo III*, han heredado numerosos rasgos significativos de los antiguos MUD’s³⁵ (como formas precursoras de los RPG) que se hallaban inspirados en los juegos de rol de mesa más clásicos, como *Dungeons & Dragons* o *HeroQuest* (Taylor, 2006; Pearce, 2009) y que a su vez se basaban en relatos de cine, cómic o literatura de fantasía épica y ciencia ficción³⁶, como “*El señor de los anillos*”, “*Las crónicas de Conan*”, “*Terramar*”, “*Star Wars*” o “*Star Trek*”.

³³Disponible en: <http://www.europapress.es/portaltic/videojuegos/noticia-diablo-iii-bate-record-venta-pc-lanzamiento-20120523160524.html>. Consultado: [04/08/2012]

³⁴Siglas de Action Role-Play Game. Juego de rol de acción.

³⁵Siglas de Multi-User Dungeon. Videojuegos de rol basados en interfaz textual (Véase figura: 2.5). Muchos de estos mundos se vieron muy influenciados por obras como “*True Names*” de Vernor Vinge o “*Snow Crash*” de Neal Stephenson y buscaban la posibilidad de crear metaversos a través de estos mundos virtuales donde coexistirían ingentes cantidades de avatares.

³⁶ De hecho en los últimos años hemos podido asistir a la aparición de juegos online como *El señor de los anillos Online* o *Dungeons and Dragons Online*. Variantes coreanas como *Lineage*, *Ragnarok Online* o *MapleStory*. Otros juegos se han basado en sagas de ciencia ficción (*Star Trek*, *Star Wars*...) como *Star Wars*, *Planetside*, *Anarchy Online*, en cómics, superhéroes, anime...

Figura 2.5. Ejemplo de MUD (MOO. object-oriented). HellMOO.

```
<=. CC|Sm High St - 800 block (freedom city)
PFAmPE|CA Hastily repaired stores crowd together along the sidewalk here.
====()##ML Cold stars glitter in the night sky. Thin cold rain drizzles from
SUGSSPEO the dead sky.
. . . . .
An armor boutique displays its wares to the north. The Sweaty
Palms, a squat concrete box of a building, lies directly to the south. The
building wall to above looks climbable.
There is an FGP camera here.
95Frank is standing here.
[ Exits: north east south west up ]
95Frank heads west.
(meap)
You call up a quick wristpad scan of your surroundings...
#####
|| . AP CU. $$ Th | |
|| . Re . . . | Sm |
|| . . . . AmPE CA |
#####()##
|| . VG SUGS EO = |
|| . | CS .
|| . CP | |
#####:.....
```

Fuente: <http://archive.foolz.us/vg/thread/55371107/>

Por tanto, tal y como afirma Tosca (2009), los videojuegos no estarían aislados de otras formas de *media*, sino que recibirían una influencia directa de otras formas de medios y artefactos culturales (juegos de rol clásicos, juegos de tablero, cine, series, cómics, literatura...) a través de remediaciones (Bolter y Grusin, 2000), recuerdos, experiencias, subjetividades o prácticas mediadas. En la misma línea, Hjorth (2011) considera que los juegos toman prestado de otros tipos de medios (televisión, radio, tecnologías de la información y comunicación...) métodos y estilos, sin embargo, también emplean formas de compromiso o de consumo y práctica mediáticas que son distintos a los tradicionales, como la interactividad.

A continuación, se ofrecen algunas citas de las entrevistas para ilustrar los fenómenos comentados. En los dos primeros ejemplos se muestra cómo las experiencias y prácticas previas en el juego de rol masivo *World of Warcraft* condicionaron las actividades y subjetividades de los jugadores en el universo de *Diablo*. En segundo lugar, se manifiesta un ejemplo perfecto de remediación en el que un jugador reconoce cómo se inspiró en un personaje fantástico (llamado Berenor) de una película basada en el afamado juego de estrategia *Warhammer 40.000*.

“Bueno, a ver...supongo que esto deriva un poco de mi propia experiencia con el *World of Warcraft* ¿no?” (Entrevista n^o: 4. Hombre, Vigo).

“En el WoW [World of Warcraft] te daban logros y te daban una recompensa y aquí no te dan una recompensa ninguna, o sea, que quieres hacerlos bien, que no quieres hacerlos...pues mira, ahí están” (Entrevista n°:8. Hombre, 26 años, Leganés).

“Pues a ver...de los últimos nombres que he puesto pues te puedo decir que mi cazador de demonios del Diablo, el que tengo a nivel más alto, se llama Berenor, el nombre lo saqué de una película de animación que hay de warhammer 40.000, en el cual Berenor era un marine espacial del capítulo de los marines, me gustó el nombre, me sonaba bien y dije “pues se lo voy a poner a mi cazador de demonios” (Entrevista n°: 4. Hombre, 26 años, Vigo).

El modo en el que las experiencias previas conforman la subjetividad e identidad de los jugadores se encontró también en la etnografía virtual; donde se evidenció que los jugadores hacían uso de los esquemas y marcos de experiencia (Goffman, 1974) adquiridos en juegos de rol previamente jugados, que condicionaban sus prácticas, afectividades e interacciones mediadas. Alusiones directas a otros títulos de la saga, a otros juegos de rol o incluso a videojuegos de diferente género fueron recurrentes. A modo de ejemplo, a continuación se muestra cómo los jugadores protestan debido a que *Diablo III* no ha cumplido con sus expectativas (consideran que se ha perdido la esencia de la saga), en un claro ejemplo de cómo las experiencias, prácticas y recuerdos previos median y reconfiguran la interacción y el espacio de juego.

“Me parece que han intentado calcar el éxito que tuvo el II, pero por otro lado las cosas que han calcado ha sido para simplificarlo. Con lo cual creo que quizá por ahí pierde un poco la gracia, porque le tema esto de configurar los ataques, bueno con esto de las runas...que al final acabas teniendo todos los ataques y no puedes elegir tanto qué rama quieres mejorar o tener, pues eso se hecha un poco en falta en el III” (Entrevista n°: 5. Mujer, 27 años, Barcelona).

“Extraño, extraño porque no se parece en nada a Diablo. Ese es el problema de Diablo III. Diablo III el problema es que no se parece a Diablo. O sea, estamos jugando a un Diablo que no es un Diablo. Entonces es eso, no tienes libertad, es esto, esto o esto...es que no hay más, no puedes elegir, no puedes hacer a tu gusto. Al final, todos hacen lo mismo porque es lo que más renta, o sea, no hay libertad en ese sentido” (Entrevista n°:8. Hombre, 26 años, Leganés).

“El problema es que el Diablo III, para mí, no tiene para mí no tiene los mismos alicientes que el II. A mí la cultura del II era diferente, era más de hacer tradeos, de equipar tu personaje...El III el problema es que lo han hecho muy monótono, porque es que no hay prácticamente alicientes. Solo tienes el llevar y el equiparte. No han hecho runas...no han hecho...había también unos pergaminos que daban más uno al poder de habilidad, más uno a... había otros objetivos que conseguir. En el III prácticamente era el equipo y punto. En el otro tenía más objetivos que conseguir, entonces lo han hecho muy monótono. Para mí el Diablo III no me ha enganchado tanto como el II” (Entrevista n°: 1. Hombre, 31 años, Madrid).

De este modo, se evidencia como los videojuegos sólo pueden ser entendidos en los contextos socio-culturales más amplios en los que se diseñan, distribuyen y practican (Horth, 2014), sin perder de vista la compleja red de actividades, subjetividades y agencias compartidas que configuran las realidades lúdicas de presencias paralelas (co-presencias).

En cuanto al universo que nos propone *Diablo III*, la trama principal se desarrolla en un entorno apocalíptico y siniestro, de clara inspiración gótica, conocido como *Santuario*. Han transcurrido más de veinte años desde que los tres demonios mayores (*Mefisto*, *Diablo* y *Baal*) fueran derrocados (*Diablo II*), pero desgraciadamente, dos nuevos señores infernales (*Azmodan* y *Belial*), junto a las hordas del mal que éstos lideran, han hecho su aparición. En esta atmósfera sombría, el jugador deberá restaurar el orden divino y confinar a las criaturas demoníacas en una prisión eterna de la que nunca debieron escapar. Para ello, el

jugador contará con un héroe que actuará como avatar (a elegir entre cinco clases distintas disponibles en ambos sexos: mago, cazador de demonios, bárbaro, monje y médico brujo), así como con la ayuda de otros héroes controlados por otros jugadores (hasta un máximo de cuatro personajes por partida) y/o de otros personajes no jugadores (PNJ's).

La saga *Diablo* se inicia con el lanzamiento del videojuego *Diablo* (1996) desarrollado por *Blizzard Entertainment*³⁷. Más adelante se lanzarían nuevos títulos como la expansión *Diablo Hellfire* (1997), *Diablo II* (2000), *Diablo II: Lord of Destruction* (2001) o el reciente *Diablo III*³⁸ (2012), dieciséis años después del primer lanzamiento y doce después del lanzamiento anterior. Durante este tiempo la evolución del juego (y la cultura generada a partir de éste) ha sido más que notable. Veamos algunos ejemplos.

Figura 2.6. Carátula del primer lanzamiento de *Diablo I*.



Fuente: <http://Diablo.incgamers.com/blog/comments/the-creation-and-development-of-Diablo-i>

³⁷ Disponible en: <http://us.blizzard.com/es-mx/>

³⁸ El 25 de marzo de 2014 se lanza la expansión del juego *Diablo III* titulada *The Reaper of Souls*. Disponible en edición coleccionista.

Figura 2.7. Ejemplo gráfico de interfaz de juego en *Diablo I*.



Fuente: <http://www.Diablo3-esp.com/articulos/articulo-retrospectiva-Diablo-i-1996-t5750.html>

Figura 2.8. Ejemplos de interfaz de juego en *Diablo I*.

Imagen I



Imagen II



Fuente I: <http://www.usuariohoy.com.ar/2012/04/ocio-diablo-iii-cerca.html>

Fuente II: <http://www.taringa.net/comunidades/rol-playing-games/3871098/Mi-subida-Diablo-1-Portable-1-link-Fix-para-Win7.html>

Figura 2.9. Carátula de la expansión de *Diablo I* (*Hellfire*).



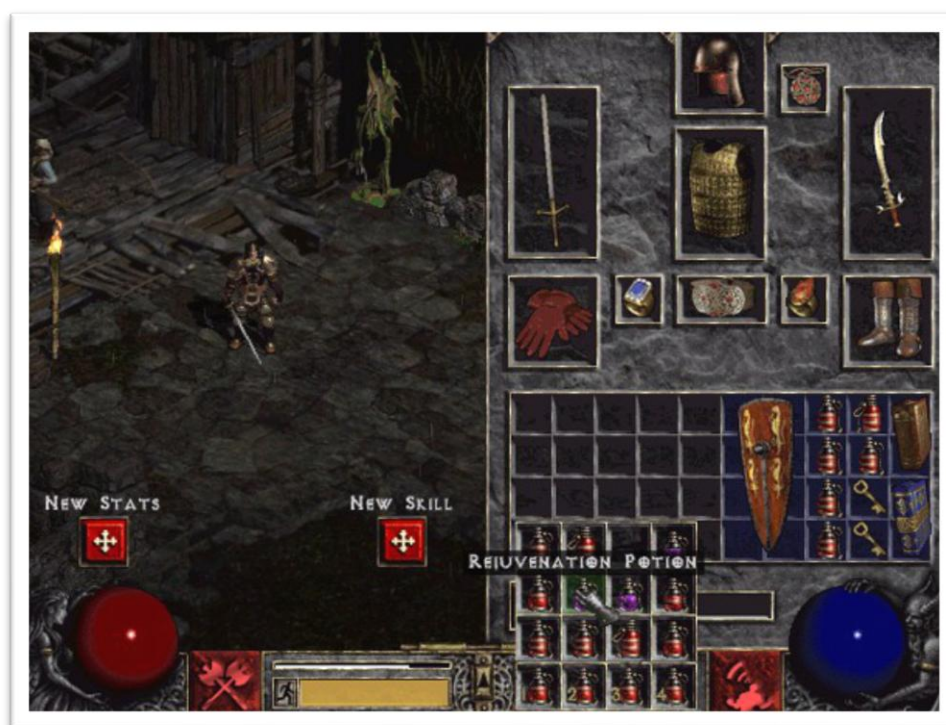
Fuente: http://es.Diablo.wikia.com/wiki/Diablo:_Hellfire

Figura 2.10. Carátulas de *Diablo II* y de su expansión (*Lord of Destruction*).



Fuente: http://strategywiki.org/wiki/Diablo_II

Figura 2.11. Ejemplos de interfaz de juego en *Diablo II* (inventario).



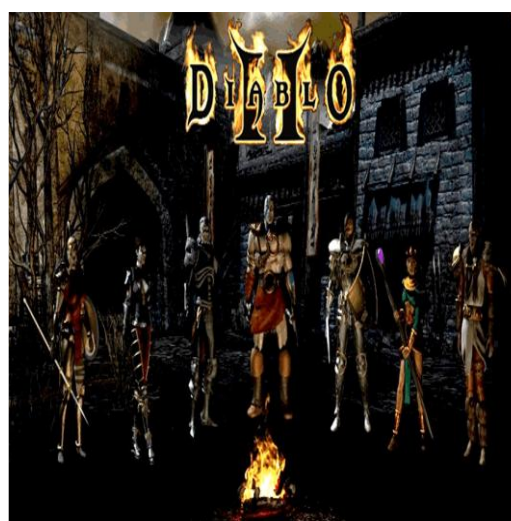
Fuente: [http://www.gamezone.com/games/Diablo ii/downloads/Diablo-2-jamella-s-editor-4-0](http://www.gamezone.com/games/Diablo%20ii/downloads/Diablo-2-jamella-s-editor-4-0)

Figura 2.12. Ejemplos de interfaz de juego en *Diablo II* (batalla y personajes seleccionables en expansión).

Imagen I



Imagen II



Fuente I: <http://gry.gadgetomania.pl/2013/10/24/najpiekniejsze-rpgi-2d>

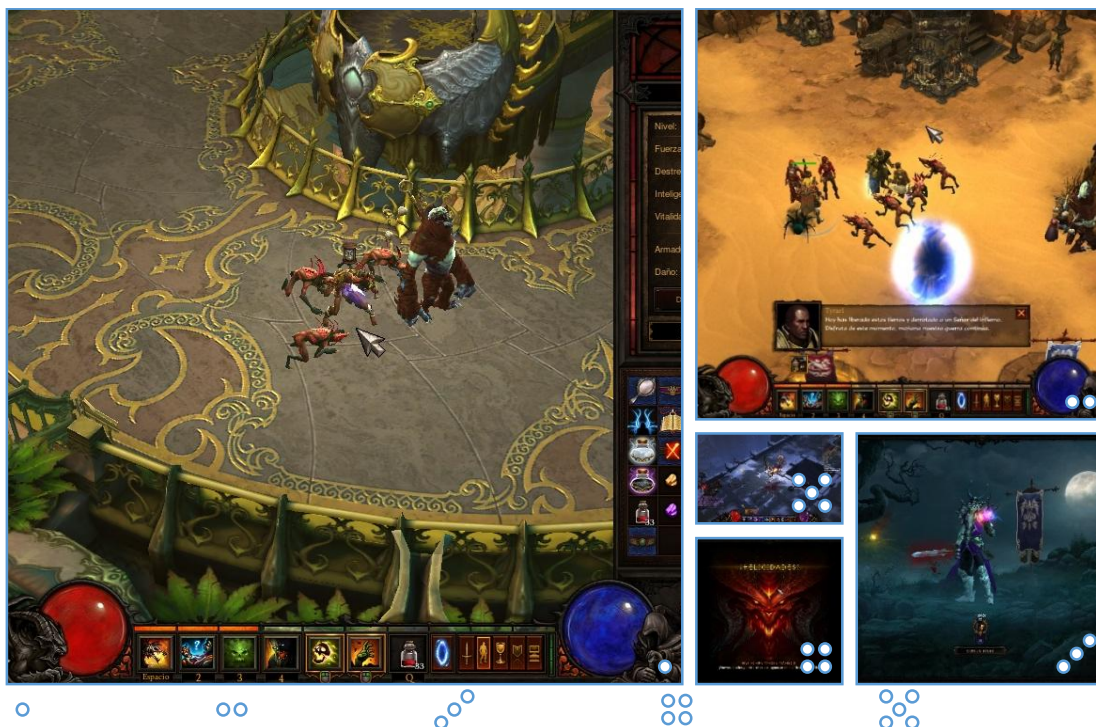
Fuente II: <http://juegos-gratis.org/diablo-ii-clasico-juego-de-rol-multijugador/>

Figura 2.12. Carátula de *Diablo III*.



Fuente: <http://www.3djuegos.com/juegos/pc/3636/Diablo-iii/>

Figura 2.13. Ejemplos de interfaz de juego en *Diablo III*.



Fuente: Propia (Captura de pantalla).

Figura 2.14. Ejemplos de interfaz de juego en *Diablo III*.



Fuente: Propia (Captura de pantalla).

Pero, ¿qué novedades nos ofrece *Diablo III* respecto a sus predecesores? A la ya mencionada posibilidad de selección entre sexos, no disponible en *Diablo I* y *II*, y que responde a viejas reclamaciones de autores críticos como Corneliussen (2008), Pearce (2009) o Hjorth (2011), más fidedignas con la compleja variedad, diversidad y pluralidad de perfiles de usuarios/as; se sumarían otras innovaciones como el esperado modo de enfrentamiento de jugador contra jugador (PvP³⁹) o, de especial relevancia, el nuevo sistema de comercio⁴⁰ implementado por *Blizzard* que combina opciones de pago en moneda de curso legal o divisa en divisa virtual propia del universo de *Diablo III* (moneda de oro).

En cualquier caso, no se puede ser ajeno a que los videojuegos (como dispositivos socio-tecno-culturales) son artefactos dinámicos que entrelazan prácticas, afectos, co-presencias, y agencias compartidas. Por otro lado, pese a que el presente proyecto de tesis se centra en *Diablo III*, el lanzamiento de una

³⁹Player versus Player. Modalidad de juego que permite el enfrentamiento entre jugadores (hasta un máximo de 3 contra 3 en *Diablo III*). Dicho modo de juego aún no ha sido implementado por *Blizzard* debido a problemas técnicos.

⁴⁰ Las cuestiones relativas al sistema de comercio serán abordadas con mayor profundidad en el capítulo VII.

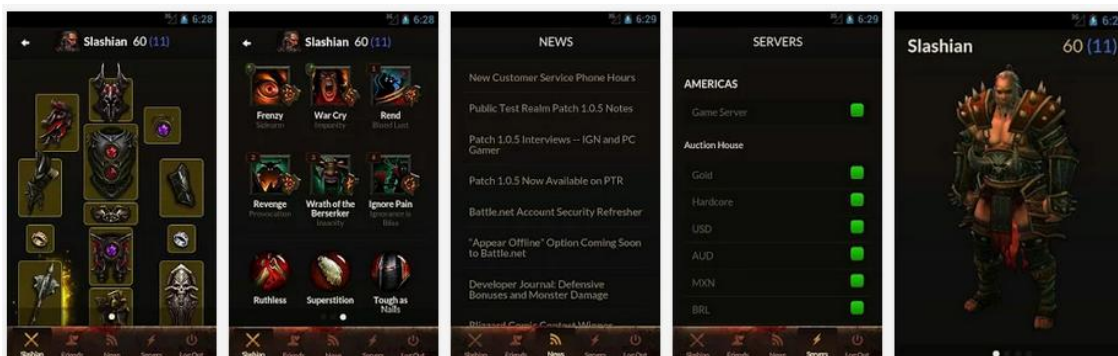
expansión durante el mes de marzo de 2014, titulada *Diablo III: Reaper of Souls*, no puede pasar desapercibida. Por ello, en la medida de lo posible, y dadas las limitaciones derivadas del lanzamiento fuera del periodo de trabajo de campo (encontrándose ya la tesis en fase de redacción final), se incorporan algunos pequeñas alusiones o aspectos referentes al nuevo lanzamiento. Sin embargo, es necesario explicitar que la expansión se encuentra fuera del alcance y/o objetivos iniciales del proyecto de tesis por una cuestión de operatividad y delimitación de campo.

Adicionalmente, y para finalizar, hay que reseñar que otro de los fenómenos más destacables es que *Diablo III* es un juego al que se puede acceder desde muy diversas plataformas (PC y videoconsolas como *Xbox* o *Play Station*), sin embargo -y adicionalmente-, la realidad lúdica de *Diablo* se entrelaza con otros dispositivos, como los teléfonos móviles (a través de aplicaciones [apps] como *authenticator*⁴¹ o *Diablo III Mobile Companion*⁴²), que median el espacio y la experiencia de juego. De este modo, las líneas entre los diferentes dispositivos tecnológicos (consolas, móviles, aplicaciones, dispositivos de autenticación), lugares y escenarios, son cada vez más difusas (mediante procesos como las co-presencias o la remediación). Asimismo, parece claro que las categorías dicotómicas clásicas (binarios) al estilo de: público/privado, online/offline, ahora/luego se difuminan y se vuelven cada vez más borrosas e imbricadas (convenciones y eventos de videojugadores, quedadas en espacios privados y públicos, juego a través de distintos dispositivos que entrelazan espacios, temporalidades y prácticas...).

⁴¹ Disponible en: <https://eu.battle.net/support/es/article/battlenet-authenticator>

⁴² *Diablo III Mobile Companion* es una aplicación (no oficial) para teléfonos móviles con sistema android que permite, entre otros, la consulta del estado de los personajes, ítems y habilidades de un jugador de *Diablo III*. Disponible en: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.moduscreate.d3mobile>. Véase figura 2.15.

Figura 2.15. Ejemplo de aplicación móvil (app) *Diablo III Mobile Companion*.



Fuente: [https:// play.google.com/store/apps/details?id=com.moduscreate.d3mobile](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.moduscreate.d3mobile)

Figura 2.16. Ejemplo de dispositivo y aplicación móvil de autenticación para Diablo.



Ejemplo de dispositivo de autenticación de Diablo III. (img I)



Ejemplo de aplicación móvil de autenticación.

Fuente I; Disponible en: <http://www.diablo3-esp.com/foros/diablo-3-authenticator-disponible-desde-el-lunes-t6087.html>

Fuente II; Disponible en: <http://www.pcinpact.com/news/75236-lauthenticator-blizzard-vice-par-plainte-aux-etats-unis.htm>

5. Los escenarios y contextos de juego (cultural-located) y la dualidad de espacios (online y offline).

“There is no other play than situated play. A game becomes situated via play activities. Without playing we have the mechanics of a game, the elements and the relations, the roles and the rules. Without playing we have the abstract game system, the space of play possibilities, foreseen by the game designer, and we have the runtime system, the sequential order of possible actions and possible choices, either leading to the final decision or if open-ended structuring possible developments of the game” (Grüter y Oks, 2007:103).

Esta cita nos sirve de pretexto para iniciar la discusión acerca de la importancia de los análisis culturalmente situados, los que toman en cuenta los distintos escenarios y contextos en los que se despliega el juego (así como las culturas más amplias donde éste se desarrolla). Según Harold Garfinkel (1968a), cualquier análisis de las prácticas y actividades sociales (que se producen en un contexto o escenario socio-cultural determinado) implica *“reconocer, utilizar y producir las formas ordenadas de escenarios culturales desde dentro de esos escenarios”* (1968a: 41). O dicho de otro modo, el análisis sociológico de las actividades ordinarias ha de estar culturalmente situado. En la misma línea de Garfinkel, Newman afirma que *“cualquier discusión sobre el videojuego ha de ser sensible a los contextos en los que se utiliza y consume”* (2010: 94). El juego es una actividad compleja que se manifiesta en múltiples formas; individual o colectivo, lineal o reticular, unilateral o negociado...La existencia de fenómenos como las co-presencias, el debate entre jugadores, reconstrucciones y reinterpretaciones, procesos emergentes o experiencias e inscripciones (Foucault, 1978), nos llevan a concluir que las interpretaciones tienen que tomar en cuenta los contextos y escenarios de juego (el juego como práctica o actividad es articulado y/o moldeado por lo tecnológico y socio-cultural). La práctica de juego, por tanto, puede tener distintos sentidos y significados en función del contexto sociocultural donde se diseña, distribuye y juega (Ermi y Mäyrä, 2005; Taylor, 2007; Mäyrä, 2009). Y si bien es muy importante tomar en consideración el contexto social del juego también hay que entender éste dentro de los marcos de una cultura más amplia donde se produce, consume y actúa (Ravaja, 2006;

Pearce, 2009; Mäyrä, 2009). Por ejemplo, las diferentes lecturas que se hagan del videojuego son todas igual de válidas, desde el jugador que vive una experiencia absorbente y altamente implicada, hasta el coleccionista que adquiere el juego sin necesidad de jugarlo; en ambos casos, hablaríamos de producción de significados (aunque de muy diferentes tipos). Por tanto, no podemos separar el juego del contexto sociocultural donde se enmarca. Desde su contexto micro de juego, hasta la realidad histórica, cultural y social donde se produce y practica.

Juego doméstico, en la oficina, en el transporte público, en dispositivos portátiles (teléfonos móviles, videoconsolas portátiles, tabletas...), en ciber-cafés, convenciones... La presencia ubicua del juego (Sánchez, 2014) implica que los contextos de uso y práctica varían enormemente. Las actividades lúdicas, por tanto, transitan entre diferentes espacios y escenarios culturales mientras las nociones de lo público/privado o lo online/offline se entrelazan y difuminan (Corneliussen, 2008; Hjorth, 2014) imbricando diferentes lugares, dispositivos y contextos culturales.

“Lo normal es que por whatsapp nos avisemos, “oye, mira que si te metes al Diablo” o directamente en el propio juego cuando hay alguien conectado pues preguntas y listo”. (Entrevista nº: 7).

Por tanto, una vez más, tal y como ponen de relieve Egenfeldt-Nielsen, Smith y Tosca citando a Taylor, es necesario acabar con los modelos dicotómicos para analizar las prácticas de los videojuegos. *“My call then is for non-dichotomous models. One of the biggest lessons in Internet studies is that the boundary between online and offline life is messy, contested, and constantly under negotiation”* (2012: 186). Lo más importante es que aunque algunos de los contextos o espacios a los que nos estamos refiriendo puedan ser virtuales (online), las comunidades que surgen dentro de ellos son tan reales como cualquier otra forma social que se pueda dar en un ámbito *offline*, o en cualquier otro tipo de espacio diferentemente mediado (Pearce 2009, Hyatt-Milton 2005).

De este modo, las prácticas y experiencias de juego varían enormemente en función de los contextos y marcos de experiencia (o interpretación) que son empleados en dichas situaciones. Goffman (1974) traza la idea de que los diferentes roles que desempeñamos están en constante cambio y/o movimiento en función del contexto. Cuando accedemos a un espacio de juego nos vemos afectados por conjuntos de normas y sanciones sociales diferentes a los que podemos tener en otros contextos y escenarios de nuestra vida ordinaria. De una manera similar, Garfinkel afirma que *“los miembros de la sociedad utilizan expectativas de trasfondo como esquemas de interpretación. A través de su uso, las apariencias concretas le parecen, al miembro de la sociedad, reconocibles e inteligibles como apariencias de eventos familiares”* (1968a: 49). Por tanto, es muy importante reconocer los diferentes esquemas de interpretación y comprensión común (trasfondo) que dominan los diferentes contextos y espacios de interacción. Como veremos a lo largo de la tesis, uno de los fenómenos más interesantes es el proceso por el cual los jugadores configuran una cultura y unos marcos de entendimiento común emergentes. De este modo, al principio, los jugadores se hallan perdidos y desubicados mientras buscan la comprensión de dichos marcos y la rutina de juego (Goffman, 1959), que es estructura y estructurante.

“Ese trasfondo debe ser visto como el orden legítimo de creencias sobre la vida en sociedad vista desde dentro de esa sociedad” (Garfinkel, 1968a: 67).

Figura 2.17. Jugadora de Diablo III en contexto privado.



Fuente: propia (trabajo de campo).

Un ejemplo interesante de cómo las barreras entre los distintos contextos y presencias se diluyen lo encontraríamos en los desasosiegos o conflictos que surgen en el espacio de juego y que transitan a otros ámbitos de lo público o privado (y viceversa). A continuación, se ofrecen un par de ejemplos de distintos contextos de juego cotidianos y una cita adicional en la que se observa un ejemplo del surgimiento de conflictos entre espacios y contextos (lúdicos y ordinarios). De este modo, se observa cómo se articulan y entrelazan las prácticas de juego con las actividades y espacios de la vida cotidiana.

“Al Diablo II jugaba con mi hermano, con mis primos...y con familia que era más o menos de mi edad. Entonces jugábamos todos, nos pegábamos unos vicios, montábamos LANs en casa, se traían los ordenadores a veces...y claro como me gustaba tanto el II pues cuando salió el III fue como “!lo quiero, lo quiero, lo quiero!”, y como estaba tan pesada pues un amigo me lo regaló, porque estaba todo el rato “quiero que salga el Diablo, quiero que salga Diablo”, pues me lo regalaron” (Entrevista n^o: 5. Mujer, 27 años, Barcelona).

“Pues algunos días, los fines de semana, cuando me junto con los colegas

en alguna casa, y así...pues solemos jugar a la videoconsola Wii, que es así más centrada en el multijugador, y jugar videojuegos así como el Mario Party, el Wii Party, que son con minijuegos en los que vas sumando puntos según vas ganando fases, que te enfrentan un poquillo con los amigos, los colegas...o jugar mismamente con ellos en equipo y lograr cosas juntos. Luego más entre semana, cuando vuelvo del trabajo, de estudiar o lo que sea si me apetece estar un rato, desconectar un poquito pues juego más la verdad que...videojuegos con otros amigos que tengo en Internet o mismamente yo de manera individual, solo". (Entrevista nº: 2. Hombre, 24 años, Leganés).

"Era gente que se dedicaba a jugar al juego única y exclusivamente para ganar. Pero había veces que lo pasaban mal, o sea, se insultaban entre ellos, una vez casi se pegan en mi casa dos porque una vez en el juego uno había hecho no sé qué en un juego y al otro no le había gustado. Y claro, ese sentimiento de te odio porque has hecho algo en un juego yo no lo comparto para nada, porque para mí es un juego, entonces, no entiendo el que alguien cuando se pone de tan mal humor que le quiere pegar a otra persona siga queriendo jugar. ¿Sabes? Porque yo si me encuentro con algo que me pone de tan mal humor pues dejo de jugar". (Entrevista nº: 5. Mujer, 27 años, Barcelona).

Para finalizar, en línea con Hjorth (2011), es preciso señalar las limitaciones de los conocidos como estudios globales (*global studies*) en el ámbito de análisis de los videojuegos o *games studies*. Tal y como he puesto de manifiesto, la importancia de los diferentes contextos y espacios de actuación imposibilita hablar de prácticas globales (dados los escenarios y contextos socioculturales diversos y entrelazados). Autores como Taylor (2006), Pearce (2006), Mäyrä (2009) o la mencionada Larissa Hjorth proponen análisis culturalmente situados. De este modo, son sensibles a los diferentes contextos y propugnan un análisis sociológico situado (en línea con otros autores como Goffman, Corneliussen o Garfinkel). Asimismo, la teoría goffmaniana también resulta muy útil para abordar el análisis de los diferentes y espacios lúdicos y

performativos⁴³, especialmente a través de la noción de región, que desarrollaremos, junto al enfoque situacionista, con mayor profundidad en el próximo capítulo acerca del marco teórico.

Figura 2.18. Jugador de Diablo III en contexto de semi-privado de juego con webcam simultánea.



Fuente: propia (trabajo de campo).

⁴³ Profundizaremos en las cuestiones relativas a los espacios y escenarios de interacción y performatividad a lo largo de toda la tesis, especialmente el capítulo VII titulado “Jugando a Diablo”.

Figura 2.19. Contexto de juego público (cibercafé) en Melbourne, Australia. Jugadoras y jugadores de diversos juegos online, entre ellos, Diablo III.



Fuente: imagen propia tomada en trabajo de campo en Melbourne.

CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO

“El juego no sólo constituye una de las funciones humanas tan básicas como el trabajo y la fabricación, el pensamiento o la reflexión..., sino que la propia génesis y el desarrollo de la cultura tienen un carácter lúdico.”

— (Huizinga, 1954: 10).

1. Introducción y antecedentes

El proyecto teórico que aquí se presenta adopta un innovador e interdisciplinar marco conceptual que surge de la confluencia de distintas aportaciones provenientes de la sociología (paradigma de la acción), estudios culturales y teorías del juego, pretendiendo sustentar y fundamentar los análisis que faciliten abordar las actividades y actuaciones lúdicas, así como las prácticas culturales más ampliamente.

A lo largo del capítulo, presento sucintamente las distintas escuelas de pensamiento que se han interesado por los análisis académicos del juego, para posteriormente, centrarme en los enfoques situacionistas (sobre los que se asienta y construye el proyecto) enlazando con las teorías sociológicas de la acción (Schutz, 1944, 1953; Garfinkel, 1968a, 1972; Goffman, 1959, 1963), con quienes se encuentran fuertemente vinculadas¹. Asimismo, propongo un breve desarrollo teórico de las nociones de agencia compartida (Latour, 1998; Lasén, 2012; Hjorth, 2011) y subjetivación (Foucault, 1978; 1983) que serán recurrentes a lo largo de las discusiones venideras del proyecto.

Las primeras aproximaciones focalizadas en el análisis del juego *per se* radican su origen en los esfuerzos pioneros de Huizinga (1954) y Caillois (1967) quienes reclaman una institucionalización de la práctica lúdica como objeto legítimo de estudio e interés. Pese a que existen numerosos enfoques acerca del

¹ Las corrientes situacionistas se encuentran significativamente relacionadas, y en cierto modo inspiradas, en algunos de los postulados del interaccionismo simbólico.

juego más allá de las aproximaciones socio-culturales² (Mead, 1968; Bourdieu, 1979; Norbert Elías³, 1991; Goffman, 1979) hay quienes lo considerarían como una vía de aprendizaje (Piaget, 1961; Mead, 1968; Gee, 2004a, 2004b) o un mecanismo de sublimación⁴ (Freud, 1908), sin embargo, parece existir un cierto consenso en el hecho de que el juego posee un alto componente estético, burlesco o irracional que escapa a cualquier interpretación desde la lógica de la racionalidad clásica⁵ (Huizinga, 1954; Caillois, 1967; Garfinkel, 1968a). Por ejemplo, para Garfinkel, las prácticas y actividades cotidianas, no se rigen a partir de la racionalidad científica, y por tanto, es preciso buscar otro tipo de perspectivas que permitan comprender los mecanismos y resortes que articulan los procesos lúdicos, y más ampliamente, las prácticas y saberes que operan en la vida diaria. De este modo, frente a los enfoques más estructurales (que han dominado las aproximaciones al estudio del videojuego), se reclama un análisis (culturalmente situado) más centrado en las relaciones cotidianas (microsociología) que devuelva la atención al plano de la interacción ordinaria⁶, nos referimos concretamente al situacionismo y las teorías de la acción.

Las dos grandes líneas o escuelas de pensamiento que han abordado el estudio específico de los videojuegos, siguiendo a Egenfeldt-Nielsen, Smith y Tosca (2012) serían la comunidad de simulación y los *games studies*.

- **Comunidad de simulación o “simulation community”:** previamente a la aparición de los *games studies*, la comunidad de simulación reunió a una serie de investigadores interesados en todas las formas de simulación existentes, incluidas las no electrónicas como

² Desde el ámbito sociológico numerosos autores se han interesado indirectamente por las funciones sociales que desempeña el juego en la cultura y en la estructura social. Desde mecanismos de distinción o diferenciación (Bourdieu, 1979), ritualización (Goffman, 1979) o aprendizaje y socialización (Mead, 1968) el juego, como práctica social, no ha pasado inadvertido.

³ En “*Deporte y ocio en el proceso de civilización*” Norbert Elías y Dunning afirman en relación a la importancia del juego (en este caso el deportivo) que “son numerosos los indicadores de la importancia social del deporte, por ejemplo, al menos en los círculos masculinos de las sociedades industrializadas occidentales, rivaliza con el sexo en cuanto a tema de interés y debate” (1991: 14).

⁴ Freud (1908) considera que a través del juego se satisfacen deseos o pulsiones.

⁵ De acuerdo con Garfinkel (1968a) las racionalidades científicas

⁶ Goffman (1959) define la Interacción como la “influencia recíproca de un individuo sobre las acciones del otro cuando se encuentran ambos en presencia física inmediata [...]. Cualquier ocasión en que un conjunto dado de individuos se encuentra en presencia mutua continúa” (1959: 27).

*The Summerian Game*⁷ (1961). El estudio de los videojuegos desde esta óptica ha sido relativamente fecundo, sin embargo escapa a los objetivos de la tesis.

- **Comunidad de estudio de los videojuegos o "game studies":** mucho más reciente que la escuela de simulación, los *games studies* (ámbito multidisciplinar⁸) empiezan a consolidarse como campo académico alrededor del año 2000 (de hecho, Aarseth declara el 2001 como el año 1 de la disciplina⁹). Los postulados e ideario de esta escuela representan lo que denominamos como *game studies* en la jerga especializada y en la presente tesis. Organizada en torno a la *Digital Games Research Association*¹⁰ (DIGRA) y a revistas como *Game studies*¹¹ o *Games and Culture*¹², se divide a su vez en dos grandes corrientes de pensamiento sobre las que profundizaremos en el siguiente epígrafe (formalismo y situacionismo). Pese a que es altamente complejo rastrear y situar los orígenes de la comunidad, entre algunos de los investigadores pioneros de la especialidad se encontrarían Brenda Laurel¹³ (1993), Sherry Turkle¹⁴ (1995), Espen Aarseth (1997) o Henry Jenkins (2000, 2004).

Por último, es preciso reseñar que la colaboración entre ambas escuelas (simulación y *games studies*) se ha producido, desafortunadamente, en muy limitadas ocasiones.

⁷ En este juego los participantes aprenden sobre la historia y cultura de la Mesopotamia sumeria.

⁸ De acuerdo con Hjorth (2011) los "*game studies*" han surgido desde un enfoque/fondo multidisciplinar. Existen muy diversas perspectivas de análisis de los juegos (sociología, psicología, antropología, ingeniería, marketing, literatura...).

⁹ Véase: Aarseth, E. (2001). Computer Game Studies, Year One, *Game Studies*, n^o1, julio, [on line]: <http://www.gamestudies.org/0101/editorial.html>

¹⁰ Disponible en: <http://www.digra.org/>

¹¹ Disponible en: <http://gamestudies.org/1302>

¹² Disponible en: <http://gac.sagepub.com/>

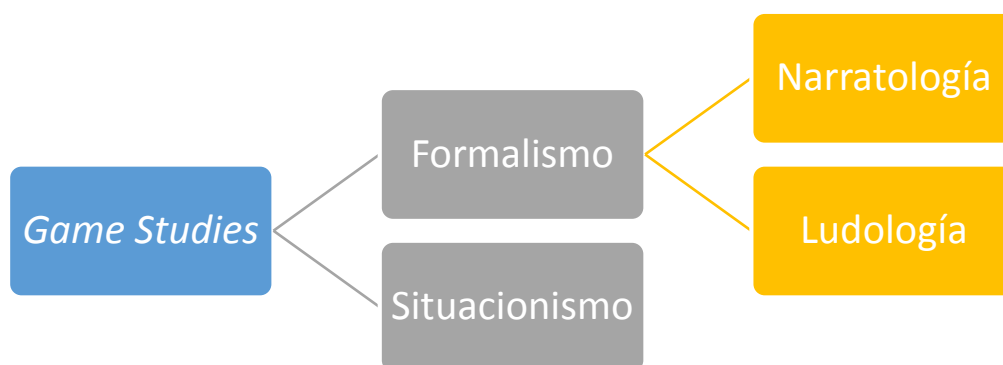
¹³ De acuerdo con Fernández (2013) "*una de las primeras aportaciones sobre historias interactivas es la de Laurel (1993), quien parte de los presupuestos sobre narrativa de la Poética de Aristóteles y analiza los videojuegos como un sistema de tramas generadas por las acciones del usuario*" (2013: 25).

¹⁴ Turkle (1995) es probablemente una de las fundadoras de la comunidad de estudio de los videojuegos (sus trabajos iniciales se desarrollaron en MUDs y se centraron en aspectos relacionados con el modo en el que los jugadores interactuaban en el juego y construían su identidad).

2. Los *game studies*. Líneas de pensamiento.

Una vez introducidos en los antecedentes del estudio académico del videojuego, es el momento de presentar las distintas escuelas¹⁵ o corrientes de pensamiento que desarrollan en la actualidad una fecunda actividad de producción de conocimiento. Dada la relativa complejidad, y la posible poca familiarización del lector, propongo revisar las características y particularidades que definen a los *game studies*; para ello, comenzaré presentando las aproximaciones formalistas para, posteriormente, concluir con el desarrollo de los principios y propuestas situacionistas. Así mismo, a continuación se ofrece una figura que resume la estructura interna de la disciplina, mostrando las respectivas subclasificaciones en las que se organiza el campo (Egenfeldt-Nielsen, Smith y Tosca, 2012).

Figura. 3.1. Clasificación de las perspectivas integradas en los *game studies*.



Fuente: creación propia a partir de propuestas de Egenfeldt-Nielsen, Smith y Tosca (2012).

¹⁵ Tal y como recuerdan Egenfeldt-Nielsen, Smith y Tosca (2012).

2.1. Formalismo

Los formalistas tienden a realizar análisis del videojuego o trabajos de tipo ontológico. Representan un enfoque humanístico o filosófico cuya principal preocupación es la naturaleza o mecanismos internos de los juegos (estudio del videojuego en sí mismo, con relativa independencia de los contextos de práctica y recepción). Dentro del enfoque formalista se puede realizar una subdivisión en función de la priorización de la representación (narratólogos) o de las reglas (ludólogos).

- **Narratología** (priorización de la representación): los narratólogos (Jenkins, 2000) abordan el estudio del videojuego bajo la creencia o consideración de que es una nueva forma de expresión de los medios narrativos¹⁶ de corte clásico (como el cine o la literatura). De este modo, considerando a los videojuegos como una extensión¹⁷ de los medios precedentes (Fernández, 2013), su análisis puede ser comprendido desde las herramientas tradicionales utilizadas en campos como los estudios fílmicos o la literatura comparada, con la única salvedad de que habría que tomar en cuenta las novedades técnicas (Hjorth, 2011) introducidas por el nuevo medio o dispositivo (tales como la interactividad¹⁸).
- **Ludología** (priorización de las reglas): por su parte, los ludólogos (Aarseth, 1997, 2000; Koster, 2004) proponen la delimitación de un nuevo campo de estudio que separe los videojuegos de los enfoques narrativos centrándose en el estudio de los sistemas de reglas (el diseño, los objetivos y la estructura interna son considerados como el verdadero corazón del juego). Según la ludología, la mirada se ha de orientar hacia las mecánicas y estructuras formales de normas (reglas) que conforman el dispositivo, ya

¹⁶ Mia Consalvo (2003), citando a Lawrence Stone, entiende por narrative “*the organization of material in a chronologically sequential order and the focusing of the content into a single coherent story, albeit with subplots*” (2003: 323).

¹⁷ En cierta medida, los narratólogos consideran a los videojuegos como una extensión digital de los medios narrativos (una mera ficción interactiva) que remedian (Bolter y Grusin, 2000) al cine o la literatura.

¹⁸ Hjorth (2011) considera que los juegos toman prestado de otros tipos de medios (cómic, cine, literatura...) métodos y estilos; sin embargo, también emplean formas de compromiso o de consumo de *media* que son argumentablemente distintos, como la interactividad.

que el argumento o la representación ficcional no serían más que complementos de la interfaz. De este modo, postulan que los videojuegos no pueden ser abordados desde las herramientas clásicas empleadas en los análisis literarios o cinematográficos, proponiendo un nuevo campo de estudio con método y técnicas independientes (Aarseth, 2001, 2004; Frasca, 2001; 2001; Eskelinen¹⁹, 2001; Buckingham, 2006).

"Games are not a kind of cinema, or literature, but colonising attempts from both these fields have already happened, and no doubt will happen again [...] wants to subsume computer games as one of its objects" (Aarseth, 2001: 1).

Debido a esto, la atención se debe dirigir hacia al examen de las estructuras internas del juego (mecánicas, relación entre las reglas, *gameplay*, *affordances*²⁰...) y de las particularidades específicas del dispositivo (la diferencia fundamental entre los videojuegos y otro tipo de textos culturales es que estos son jugados, implicando un tipo diferente de participación).

"The fundamental difference between games and other kinds of cultural texts [is that] games are played [...] Thus a computer game is not as self-contained as a book or a film, and games involve a different level of participation" (Buckingham, 2006: 6).

Por último, es preciso añadir que si bien se trata de dos visiones opuestas y enfrentadas acerca del estudio de los videojuegos, tal y como propone Jesper Juul (2005) comienzan a surgir propuestas que abogan por análisis más integradores que reconocen la especificidad de los videojuegos (como sistemas interactivos basados en reglas) al mismo

¹⁹ La célebre cita de Eskelinen (2004) *"If I throw a ball at you, I don't expect you to drop it and wait until it starts telling stories"* (2004: 36) supone una fuerte crítica a las Corrientes narratológicas que vuelcan su interés exclusivamente en la historia y el contenido ficcional de los videojuegos.

²⁰ El concepto *affordance* hace referencia a las posibilidades de interacción con un objeto, es decir, qué cualidades o atributos percibe un sujeto como susceptibles de interacción. Dichos atributos condiciona a su vez los modos de uso.

tiempo que se benefician de las aportaciones de otros medios (narratividad y ficción).

Y si bien han surgido voces proponiendo posiciones más intermedias (Juul, 2005), también han aflorado una serie de investigadores críticos que propugnan con vehemencia enfoques más sociales y culturalmente situados, estos son, los estudios críticos o el situacionismo (Pearce, 2006; Taylor, 2006; Mäyrä, 2009).

2.2. Situacionismo

Tradicionalmente, desde la reciente historia de los *game studies* como disciplina académica institucionalizada, el juego (como objeto legítimo de interés científico) ha sido abordado, casi con exclusividad, desde los dos principales enfoques expuestos, conocidos como narratología y ludología (Egenfeldt-Nielsen, Smith y Tosca, 2012). Mientras que los narratólogos se centran en los aspectos referentes al argumento (narrativas) y a las decisiones de diseño o estética; la perspectiva ludológica se interesaría más por la estructura o los sistemas formales de reglas que rigen el juego. Sin embargo, ambas concepciones son asepticas socialmente, escasamente sensibles a los individuos, al contexto de juego y a la cultura en la que estos se hayan insertos. Por este motivo, desde el *situacionismo* y *estudios críticos* (Consalvo, 2003; Pearce, 2006; Taylor, 2006, Hjorth, 2011), se aboga por entender el juego en su contexto sociocultural específico, centrando la perspectiva en las acciones, prácticas y construcciones sociales (considerando que los videojuegos sólo pueden ser estudiados cuando se encuentran socialmente situados). Por ello, el marco teórico seleccionado para examinar *Diablo III* (2012) reivindica un enfoque más sensible a los jugadores, agencias²¹ y redes de prácticas mediadas (Latour, 1994; Domènech y Tirado,

²¹ Tal y como afirma Taylor: "*Ultimately we need a formulation of engagement with computer games that interweaves the technological with the social, the structure and technology of the game (as agents) with the complex position of players. We also need ways of talking about productive activity that are not simply bound to what looks designerly or fits easily in a box of content production, but includes the always already transformative power of action and ludic performance*" (2007: 123).

1998; Lasén, 2014), contextos de juego y culturas imbricadas²² que operan en la vida cotidiana (Goffman, 1959; Garfinkel, 1968a).

El situacionismo es un enfoque íntimamente relacionado con el paradigma de la acción (Mead, 1968, 1991; Goffman, 1959; Garfinkel, 1968a). Los estudios críticos situados se centran en el análisis de los jugadores y en la cultura en la que se desarrollan las prácticas y performances lúdicas. De este modo, sin interesarse tanto por la estructura o los patrones formales de reglas (como ocurre con el enfoque estructuralista que propugna la ludología) la atención se dirige hacia los jugadores y sus prácticas sociales en la vida cotidiana (devolviendo a atención a lo micro, a la acción y al usuario).

“Scholarly work on computer game theory has, especially in its early years, tended to emphasize designer- or system-centric views of what constitutes the game. It is not that players are ignored, but that the essence of the game is often seen as consisting of formalized structures and rules (and the larger system or game engine that enacts them). Emergent player behavior, while certainly seen as interesting, is often absent from core definitional questions (the “what is a game” issue). Such questions are usually resolved from a perspective that subtly privileges the system over the user” (Taylor, 2007: 123).

¿Pero de dónde surge el situacionismo? De acuerdo con Hjorth (2011) el debate entre narratólogos y ludólogos se complejizó debido a que nos encontramos en un momento de gran auge de nuevas formas de participación, como el contenido generado por el usuario (Jenkins, 2006) o la emergencia cultural²³, y de incremento de nuevos medios y dispositivos lúdicos que han integrado progresivamente el juego en nuestra vida ordinaria. Debido a la

²² Se recuerda que el enfoque propuesto se encuentra culturalmente situado, y se realiza bajo la óptica de un investigador español observando a jugadores del contexto socio-cultural del mismo país.

²³ La emergencia cultural se refiere a todos aquellos fenómenos y comportamientos que en un principio son ajenos al cometido con el que el juego ha sido programado pero que generan nuevas formas de jugar y abren la puerta a diversidad de experiencias en la comunidad. Desarrollaremos los aspectos concernientes a la emergencia cultural en el capítulo VII “Cultura de Juego”.

ubicuidad²⁴ del juego (Hjorth, 2014), presente en distintos contextos y culturas (dispositivos móviles, tabletas, consolas portátiles...), a la mayor heterogeneidad de jugadores y a la carencia de estudios que incorporasen una mayor diversidad cultural²⁵ (Taylor, 2006; Pearce, 2006; Puente y Fernández, 2013) emergieron una serie de autores reivindicando una mayor sensibilidad por los individuos, las prácticas, acciones y contextos (Consalvo, 2003; Mäyrä, 2005).

Desde la particular disposición de la mirada (Simmel, 1908, 1917) adoptada en este proyecto, se aboga por resituar el foco de atención en las prácticas y acciones lúdicas entendiendo éstas en los contextos más amplios en las que se inscriben y practican. Concibiendo las relaciones e interacciones como prácticas y performatividades²⁶ donde operan roles²⁷, ritos, normas simbólicas y conocimientos de sentido común (Schutz, 1944; Garfinkel, 1968a), abordaremos los contextos y actividades de juego, incorporando, además, una apuesta coreográfica (Goffman, 1977) que entiende las relaciones de género como una danza (donde alguien lleva y es llevado), y que desarrollaremos más en profundidad en los próximos capítulos.

A continuación, y antes de proceder al desarrollo del paradigma de la acción, vamos a presentar los distintos tipos de análisis presentes en los *games studies* (Egenfeldt-Nielsen, Smith y Tosca, 2012), y más concretamente, nos vamos a centrar en los dos niveles de observación en los que se focaliza la tesis (jugadores y cultura).

²⁴ El papel de la conexión online (ha permitido la aparición de juegos en red como los MMO's y las redes sociales), junto con la aparición de las tecnologías táctiles y portátiles (smartphones) han impactado fuertemente en el modo en el que los juegos son experimentados y consumidos. La aparición de comunidades de jugadores ha impulsado el surgimiento de estudios etnográficos (Hjorth, 2011). En los *game studies* actualmente, es donde están siendo explorados los modelos de *new media* y las prácticas en torno a estos.

²⁵ La práctica de juego puede tener distintos sentidos y significados en función del contexto social en el que se diseña, distribuye y practica. Entender que se produce dentro del marco de una cultura más amplia donde se inscribe.

²⁶ Goffman (1959) entiende por actuación o performance: “*La actividad total de un participante dado en una ocasión dada que sirve para influir de algún modo sobre los otros participantes*”. (1959: 27)

²⁷ Goffman (1959) define el rol social como “*la promulgación de los derechos y deberes atribuidos a un status dado [...] Un rol social implicará uno o más papeles, y que cada uno de estos diferentes papeles puede ser presentado en una serie de ocasiones ante los mismos tipos de audiencia o ante una audiencia compuesta por las mismas personas*” (1959: 28).

2.3. Tipos de análisis

Figura. 3.2. Tipos de análisis (y sus características) en los *game studies* (enfoques epistemológicos). Se marca con asterisco las dos aproximaciones empleadas en el proyecto.

Tipo de análisis	Metodologías comunes	Inspiración teórica	Interés común
Juego	Análisis Textual	Literatura comparativa, Estudios fílmicos.	Decisiones sobre el diseño. Significados.
Jugador (tesis*)	Observación, Entrevistas, Encuestas.	Sociología, Etnografía, Estudios Culturales.	Uso de los Juegos, Tipos de jugadores.
Cultura (tesis*)	Entrevistas, Análisis textual.	Estudios culturales, Sociología.	Juegos como objetos culturales Juegos como parte de la ecología del medio
Ontología	Investigación filosófica.	Filosofía, Historia cultural, Crítica literaria.	Fundamentos filosóficos/lógicos de los juegos y del diseño
Métricas	Análisis estadístico	Desarrollo de software. Psicología conductual	Diseño de juegos.

Fuente: traducción propia de Egenfeldt-Nielsen, Smith y Tosca (2012: 10).

- **Reglas (*game*):** consiste en observar el juego en sí mismo, centrándose en la estructura de mecánicas y normas (y cómo éstas emplean técnicas) con relativa independencia del contexto de recepción. Sistema de recompensas, búsqueda de estructuras comunes, representación de los jugadores en el mundo virtual... Es un enfoque que suelen asumir los investigadores con formación previa en comunicación, diseño, literatura o estudios fílmicos (Wolf, 2001).
- **Jugadores (*players*):** se centra en observar a los jugadores y las prácticas e interacciones lúdicas que emergen en los contextos de juego. Pese a que tradicionalmente no ha recibido demasiada atención (Pearce, 2006; Taylor, 2007) “*la actividad de juego puede ser más importante que los juegos en sí mismos* (Egenfeldt-Nielsen *et al.*, 2012:10). Generalmente es un campo por el que se interesan sociólogos, psicólogos y etnógrafos, y se abordan cuestiones centradas en los jugadores y cómo estos interactúan con el medio o hacen uso de los juegos como espacios sociales. Dedicaremos los capítulos V (jugadores) y VI (jugando a *Diablo*) a desarrollar este tipo de cuestiones ampliamente.
- **Cultura:** consiste un enfoque múltiple centrado en observar los espacios y escenarios culturales donde se inscribe el juego así como las subculturas lúdicas que emergen en torno a él y traspasan las barreras del círculo mágico (imbricaciones culturales). Todo juego se halla en un contexto sociocultural más amplio (Mäyra, 2009; Hjorth, 2014; Pearce, 2006) donde se generan nuevas formas y expresiones culturales²⁸ a través de mediaciones y redes de prácticas o actividades compartidas (Latour, 1994; Domènech y Tirado, 1998; Lasén, 2014). De acuerdo con Hjorth (2011), las culturas de juego son tanto un proceso cultural como una serie de prácticas con los medios. En la actualidad asistimos a la emergencia de tecnoculturas (culturas saturadas con y por tecnologías) donde los nuevos dispositivos no son algo meramente funcional, sino que realmente operan

²⁸ Podemos interesarnos por cómo los juegos interactúan con patrones culturales más amplios (por ejemplo, las subculturas que se desarrollan en torno a los juegos, o los discursos que se generan).

tanto en un nivel simbólico (no material) como en niveles materiales de nuestra vida diarias; por ejemplo, cómo los juegos generan discursos de peligrosidad similares a los que generaron otros medios en su origen²⁹, subculturas y *fandom*³⁰ (Fiske, 1987; Jenkins, 1992), reapropiaciones simbólicas y subjetividades, contenido generado por el usuario (UGC)... A lo largo del capítulo VII (Cultura de juego) aplicaré este tipo de análisis a *Diablo III*.

- **Ontológico:** se centran en cuestiones filosóficas como las bases o cimientos lógicos del juego y el *gaming*. Juul (2002, 2005) Zagal *et al.*, (2008), Sicart (2008), Fernández-Vara (2009).
- **Métricas:** desde el ámbito de la estadística y la psicología se han desarrollado en los últimos años estudios de corte cuantitativo que tratan de asociar o correlacionar el diseño del juego (mediante el uso de técnicas estadísticas) con sentimientos, conductas, estilos o comportamientos a fin de conocer la experiencia de juego y mejorar ésta (Cannosa y Drachen, 2009). La ausencia de este tipo de estudios métricos, en el ámbito sociológico del estudio de videojuegos, incentivó la inclusión de una encuesta online que contribuye a aumentar la diversidad de estudios desde las ciencias sociales (tal como se explica en el apartado metodológico se incluyen técnicas de análisis multivariante).

Así mismo, es preciso completar los enfoques expuestos con otro de los campos que ha emergido con mayor fuerza en los últimos años: los juegos educativos (Gee³¹, 2004a; Lacasa *et al.*, 2011) y los *serious games* (con célebres

²⁹ Los media panics (Mortensen, 2008) son los discursos negativos que suelen ir asociados o vinculados al surgimiento de un nuevo medio. Esta tendencia ya fue reseñada anteriormente por Norbert Elías (1991).

³⁰ Del inglés *fan kingdom*, *fandom* haría referencia al conjunto de seguidores o aficionados a alguna actividad, dispositivo, persona o fenómeno particular. Uno de los primeros autores interesados en el *fandom* fue Jenkins (1992) quién analizó la comunidad de seguidores de la serie de televisión “*Star Trek*” conocidos como *trekkies*.

³¹ Los videojuegos cada vez tienen una mayor utilidad dentro del ámbito de la educación. Siguiendo a Gee (2004a) los educadores han ignorado los juegos por 2 grandes motivos: 1) Implican unos conocimientos y habilidades ajenas a los educadores y 2) generan conocimiento funcional, priorizándolo sobre el teórico.

manifestaciones como la gamificación³²), dos ámbitos de estudios que están aumentando significativamente su presencia dentro de los *games studies*.

3. El paradigma de la acción.

El paradigma de la acción engloba a una serie de teorías que frente a las visiones holísticas que abordan la sociedad a través del análisis de grandes estructuras sociales³³ (tales como el funcionalismo parsoniano³⁴) reorienta la atención hacia las personas y la acción, y más concretamente, hacia las interacciones simbólicas, significados y entendimientos comunes acerca de la realidad cotidiana que les rodea (Berger y Luckmann, 1968; Cooley, 1930; Goffman, 1959; Garfinkel, 1968a). El origen de dichas corrientes radica en los trabajos pioneros de Max Weber (1905, 1964) quien abogaba por comprender los contextos y fenómenos sociales desde la perspectiva de los sujetos actantes (desde esta aproximación se entiende que las prácticas e ideas de los individuos, y los significados que les otorgan, van construyendo y reconfigurando la realidad social).

De acuerdo con Kaplún (2002), el sociólogo alemán Georg Simmel (1908, 1917) puede ser considerado como el “padre” del interaccionismo moderno (enlazando la teoría de la acción con los trabajos previos de Weber), que posteriormente trasladaría su foco desde Europa a los Estados Unidos a través de los esfuerzos fundamentales de la Escuela de Chicago (Cooley, 1930; Mead, 1968)

³² La gamificación consiste en el empleo de la lógica y mecánicas propias de los videojuegos aplicadas a entornos, espacios y actividades ajenos a estos. Este tipo de lógicas paulatinamente se integran cada vez más en distintos ámbitos de la vida cotidiana. De acuerdo con Egenfeldt-Nielsen et al., (2012) la gamificación sería utilizar los principios de juego, como recompensas, subidas de nivel, y el flujo, para atraer a los usuarios e influir en su comportamiento, conocimiento, actitudes o habilidades (2012: 247)

³³ Las disquisiciones acerca de las diferencias entre los enfoques macrosociológicos (estructurales) y microsociológicos escapan a los cometidos planteados en el presente proyecto de tesis. Sin embargo, se considera muy necesario realizar una pequeña explicación que ayude a justificar y contextualizar el paradigma de la acción. La microsociología busca analizar y comprender cómo actúan los diversos actores y cómo confieren significado al mundo que les rodea, sin embargo, en la macrosociología, encontramos el paradigma estructuralista que se centra en las estructuras sociales (regularidades subyacentes que determinan las acciones concretas de los individuos y actores).

³⁴ Véase: Parsons, T. (1999). *El Sistema social*, Madrid: Alianza Editorial.

y sus respectivos continuadores o herederos intelectuales (Goffman, 1979; Becker et al., 1965).

Dentro de esta tradición de corrientes microsociológicas encontraríamos tres grandes enfoques de especial significatividad por su influencia en la literatura posterior: 1. El interaccionismo simbólico (Mead, 1968, 1991), 2. Etnometodología y 3. Enfoque dramático. Tal y como veremos a lo largo de la tesis, si bien el marco teórico se asienta sobre aportaciones provenientes de las tres perspectivas, sin embargo, prioriza los postulados del enfoque dramático goffmaniano y de la teoría de la agencia³⁵ (aunque la presencia de autores como Harold Garfinkel, y las contribuciones etnometodológicas, o las aportaciones desde el interaccionismo simbólico serán, a su vez, una constante).

3.1. Interaccionismo simbólico

El interaccionismo simbólico (Mead, 1991) consiste en una corriente a partir de la cual los sujetos van construyendo su identidad y subjetividad a través de los procesos de interacción social. Debido a esto, la sociedad sería el resultado de la suma de las interacciones que los individuos van configurando en su vida diaria (interacciones sociales a través de las cuales las personas definen las acciones y confieren un significado al mundo que les rodea³⁶). Herbert Mead (1968) atribuye una importancia fundamental al juego, dado que es el mecanismo principal de socialización a través del cual se construye el *self*³⁷. Durante una primera fase de actividad lúdica dominan los juegos imitativos o de rol -*mimicry* de Caillois (1967)-, donde se produce un desdoblamiento o imitación de modelos aspiracionales³⁸. A medida que los juegos se van complejizando (introduciendo nuevos miembros o equipos con sistemas normativos y mecánicas notablemente elaboradas) se comienzan a incorporar y

³⁵ Las teorías de la agencia serán desarrolladas en profundidad en el capítulo VII de este proyecto de tesis.

³⁶ El conjunto de significados y negociaciones sería la interacción.

³⁷ Mead (1968) concibe *el self* como la persona (el ser) pero para sí misma. Es una característica de los seres humanos que consiste en que nos podemos desdoblar entre seres y objetos. Somos capaces de vernos a nosotros mismos y de vernos como nos otros ven (gracias al *self* somos capaces de ponernos en el lugar del otro).

³⁸ Por ejemplo, los niños/as juegan a los médicos/as, policías, profesores...

anticipar las reacciones de los otros, interiorizando las percepciones que el resto de individuos tienen sobre nosotros mismos y que nos inducen a actuar con respecto a ellas; nos referimos concretamente a la noción del otro generalizado³⁹

3.2. Etnometodología

Influenciado por autores como Alfred Schütz (1953), Aron Gurwitsch (1966), Edmund Husserl o (1959) Talcott Parsons (1999), Garfinkel define la etnometodología⁴⁰ como “*investigación de las propiedades racionales de las expresiones contextuales y de otras acciones prácticas como logros continuos y contingentes de las prácticas ingeniosamente organizadas de la vida cotidiana*” (1968a: 20). O dicho de otro modo, la etnometodología consistiría en el análisis de las racionalidades prácticas y actividades ordinarias, las cuales son a su vez, metódicas, ordenadas⁴¹ y rutinarias (y constituyen una herramienta para hacer analizables las acciones y circunstancias prácticas). Debido a esto, los sujetos adecuan las normas a conocimientos de sentido común⁴² que utilizan en el desempeño de la vida diaria, de tal modo que organizan sus actividades en torno a éstos.

Del enfoque etnometodológico nos interesan especialmente las aportaciones referentes a las expectativas de trasfondo⁴³ que son utilizadas por

³⁹ El otro generalizado (Mead, 1968) es la interiorización de la percepción que la sociedad tiene de nosotros y que nos induce a actuar respecto a él. Las normas y valores aceptados que nos sirven para valorarnos a nosotros mismos (ej: cómo percibe a un jugador el resto de la comunidad; es la visión general del resto sobre nosotros). El otro generalizado da al individuo su unidad como persona y se encuentra presente incluso si estamos solos. Por ejemplo, en la obra de Virginia Woolf “*El cuarto de Jacob*” se recurre a lo que sería el otro generalizado, donde el protagonista Jacob se va viendo en función de cómo los otros le ven (A Jacob se le va descubriendo por lo que los otros van hablando de él).

⁴⁰ Garfinkel en los estudios de etnometodología analiza cómo “*las actividades concretas y ordinarias que realizan los miembros consisten en métodos para hacer analizables las acciones y las circunstancias prácticas, el conocimiento de sentido común de las estructuras sociales y el razonamiento sociológico práctico*” (1968a: 2).

⁴¹ “*Las expresiones y acciones poseen propiedades ordenadas. Estas consisten en un sentido organizacionalmente demostrable, o en cierta facticidad*” (Garfinkel, 1968a: 20).

⁴² “*El conocimiento de sentido común de los hechos de la vida social, para los miembros de una sociedad, es el conocimiento institucionalizado del mundo real*” (Garfinkel, 1968a: 66).

⁴³ Schütz (1944) es de los pocos sociólogos que antes que Garfinkel describió muchas de estas expectativas vistas pero no percibidas (los trasfondos de las actividades cotidianas son hechos perceptibles y descritos desde la perspectiva desde la cual la persona experimenta la vida que vive).

los individuos como esquemas de interpretación -en línea con los marcos de experiencia goffmanianos (1974)- que permiten a los sujetos comprender las situaciones de interacción gracias a los acuerdos⁴⁴, comprensiones comunes y esquemas compartidos por la comunidad.

“los miembros de la sociedad utilizan expectativas de trasfondo como esquemas de interpretación. A través de su uso, las apariencias concretas le parecen, al miembro de la sociedad, reconocibles e inteligibles como apariencias de eventos familiares” (Garfinkel, 1968a: 49).

De este modo, realizando una apuesta clara por ubicar lo insólito en lo familiar, Garfinkel sugiere adoptar una postura de extrañamiento (convertirse uno mismo en extraño) cuando se observan las prácticas y las actividades cotidianas, de tal modo que se visibilicen las expectativas de trasfondo que permiten interpretar acertadamente el sentido de la acción. Por ejemplo, cuando no asumimos los entendimientos comunes⁴⁵ nos es imposible interpretar correctamente la actividad social (las prácticas e interacciones carecen de sentido fuera de los marcos de entendimiento). En definitiva, dichas expectativas de trasfondo son las que dotan de sentido a la acción en un escenario determinado (los trasfondos sólo tienen sentido cuando son analizados en contexto⁴⁶).

“Para la conducta de los asuntos cotidianos. Las personas dan por sentado que aquello que se dice será interpretado de acuerdo con

⁴⁴ “Acuerdo compartido” se refiere a los variados métodos sociales para lograr el reconocimiento por parte de los miembros de que algo fue dicho de-acuerdo-con-una-regla y no el acuerdo demostrable en asuntos sustantivos. La imagen apropiada de una comprensión común, es por tanto, más una operación producida por el solapamiento de las interacciones de un grupo” (Garfinkel, 1968a: 41).

⁴⁵ Los sociólogos, “pueden tratar la comprensión común como un acuerdo compartido sobre asuntos sustantivos dando por sentado que lo que se dice será interpretado de acuerdo con métodos que no necesitan ser especificados, lo cual equivale a decir que solo necesitan ser especificados en ocasiones especiales” (Garfinkel, 1968a: 41).

⁴⁶ “Ese trasfondo debe ser visto como el orden legítimo de creencias sobre la vida en sociedad vista desde dentro de esa sociedad” (Garfinkel, 1968a: 67). Así mismo, en su ensayo “*The Frame Analysis*”, Goffman (1974) traza la idea de que los diferentes roles que desempeñamos están en constante cambio y/o movimiento dependiendo del contexto. Cuando accedemos a un espacio de juego nos vemos afectados por conjuntos de normas y sanciones sociales diferentes a los que podemos tener en nuestra vida ordinaria, así mismo, disfrutamos de libertades pero estamos sujetos a otro tipo de normas.

métodos que las partes utilizan para interpretar lo dicho” (Garfinkel, 1968a: 40).

Pongamos un ejemplo, determinadas prácticas como las relaciones de género en el espacio de juego o las economías simbólicas y redes de solidaridad (sobre las que reflexionaremos en el capítulo VII) carecen de sentido fuera de las expectativas de trasfondo y marcos de interpretación que operan en un contexto determinado. Debido a esto, cuando el investigador se aísla de los marcos de experiencia⁴⁷ o de las expectativas de trasfondo no entiende el sentido de la acción (Garfinkel, 1968a) o las intencionalidades ocultas (Goffman, 1959); tal y como puede ocurrir con en el caso del lenguaje empleado con las jugadoras de *Diablo III* y que, en ocasiones, implica intencionalidades subyacentes de ligoteo e incluso acoso.

3.3. Enfoque dramático

El enfoque dramático de Goffman (1959) se encuentra fuertemente vinculado a los *games studies*, y más concretamente, al situacionismo y al género rol. Numerosos autores han empleado los postulados goffmanianos como eje vertebrador y/o fundamento teórico para sus investigaciones acerca de lo lúdico (Taylor, 2006; Pearce, 2006; Deterding y Bredow, 2013; Puente y Tosca, 2013a); sin embargo, puede considerarse a Mackay⁴⁸ (2001), cuyos esfuerzos son pioneros en el análisis de los juegos de rol, como uno de los primeros autores que popularizó la figura de Goffman entre los estudiosos de las prácticas del ocio. Pese a que las relaciones entre el sociólogo canadiense y el ámbito del software de entretenimiento puedan parecer relativamente recientes, las conexiones entre la metáfora teatral y el ámbito del juego ahondan sus raíces en los trabajos primigenios elaborados por el propio Huizinga (1954), quien establece

⁴⁷ Goffman (1974), retomando el concepto de marco (*frame*) desarrollado por Bateson (1950) en “*A Theory of Play and Fantasy*”, considera que la realidad se estructura y organiza a partir de marcos de referencia que se hallan basados en las experiencias de los sujetos.

⁴⁸ Mackay (2001) trata de analizar las relaciones entre los juegos de rol y la vida real haciendo uso de las nociones de marcos de experiencia desarrolladas por Erving Goffman (1974).

comparaciones habituales entre la práctica lúdica y una pieza teatral (el juego es un espacio o escenario donde interpretamos papeles).

Pero, ¿por qué recurrimos, entre otros, al enfoque dramático para el análisis de *Diablo III*? El concepto de performatividad en la vida cotidiana (Goffman, 1959, 1963) nos puede servir como punto de partida (especialmente en los contextos del espacio online) para entender el escenarios de juego en red como un tipo de co-performance de la vida diaria (Chan, 2010).

“Virtual worlds present us with a unique context for ethnographic research because they are inherently performative spaces” (Pearce, 2009: 58).

Según Goffman (1959), la vida cotidiana puede ser entendida como un teatro en el que las personas representan papeles que les han sido adjudicados (lo más importante es interpretar correcta y creíblemente el papel⁴⁹, ya que el *self* es sumamente frágil, vulnerable y puede ser destruido durante la representación⁵⁰). Los individuos actuantes, en el momento de la interacción social, se esfuerzan por manejar las impresiones de tal modo que manipulen la definición e interpretación de la acción en su interés (manteniendo la fachada⁵¹). De la misma manera, los jugadores, a través de sus avatares, interpretan roles que fluctúan y danzan entre espacios y escenarios de la cotidianeidad mientras sus hazañas van

⁴⁹ Goffman (1959) define el papel o rutina como “*la pauta de acción preestablecida que se desarrolla durante una actuación y que puede ser presentada o actuada en otras ocasiones*” (1959: 27). Los papeles han de ser consistentes, por ejemplo, en *Diablo III* cuando algún hecho repentino altera el papel que se está interpretando, los distintos jugadores y equipos (Goffman, 1959) tratan de mantener la situación dramática (por ejemplo, debido a la aparición repentina de un sujeto ajeno a la representación que perturba el contexto de juego). Así mismo, “*cuando un individuo representa el mismo papel para la misma audiencia en diferentes ocasiones, es probable que se desarrolle una relación social*” (1959: 28).

⁵⁰ El enfoque dramático de Goffman (1959) se centra por una parte en analizar los recursos que utiliza el *self* en la representación de la vida cotidiana para hacer creíble su papel. Si representamos bien el papel que nos corresponde reduciremos el riesgo de que la persona se desestructure, de que los sujetos se vengan abajo y se vuelvan inseguros. Asimismo, los otros constituyen la audiencia que ve, valora y/o aplaude el papel que representamos.

⁵¹ De acuerdo con Goffman (1959) la fachada sería “*la parte de la actuación del individuo que funciona regularmente de un modo general y prefijado, a fin de definir la situación con respecto a aquellos que observan dicha actuación [...] es la dotación expresiva de tipo corriente empleada intencional o inconscientemente por el individuo durante su actuación*” (1959: 34). La fachada se subdivide a su vez en el medio (mobiliario, *setting*, decorado y otros elementos del trasfondo escénico que proporcionan el escenario donde se desarrolla la acción humana) y la fachada personal (apariencia y modales).

dejando una impronta digital que puede ser rastreada mediante técnicas de observación. Por otro lado, es importante tomar en consideración que en los espacios de juego online los sujetos ostentan una doble condición de actuante y audiencia simultánea.

“Así, cuando hablamos del fenómeno de "ver y ser visto", también implicamos la importancia de ser y tener una audiencia⁵²” (Pearce, 59: 2009).

Debido a esto, sirviéndonos especialmente de la metáfora teatral trataremos de construir una teoría y análisis que permita aprehender la cultura de juego mientras se profundiza en los rasgos más sutiles y subyacentes que operan en la interacción lúdica. Sin embargo, y aunque prestemos especial atención a la metáfora dramaturgica no hay que perder de vista otro tipo contenido metafórico que opera simultáneamente. De acuerdo con Lemert y Branaman (1997), Nizet y Rigaux (2006) y Hemilse (2011), existen cuatro tipos de metáforas (propuestas por Goffman) que inciden y se despliegan en la interacción y vida social. Junto a la metáfora teatral, las tres restantes serían:

- **Metáfora del rito⁵³**: a través de este componente metafórico, Goffman (1979) trata de describir qué normas y ritos operan en las interacciones sociales, considerando *“que existen reglas subyacentes que estructuran los encuentros o las interacciones, es decir, existe un orden normativo (reglas sustantivas y reglas ceremoniales) cuyo respeto se vuelve un rito”* (Hemilse, 2011: 188). De esta manera, podemos percibir un compromiso ritualizado que los individuos involucrados en la situación de interacción deben respetar y performar. Por ejemplo, en un inicio los jugadores de *Diablo* buscaban la ritualización de la acción lúdica, el orden que estructura sus prácticas y actividades, ya que se sentían perdidos o

⁵² Traducción propia de: *“Thus when we talk about the phenomenon of “seeing and being seen”, we are also implicating the importance of both having and being and audience”* (Pearce, 59: 2009).

⁵³ Metáfora del rito. Véase: Goffman, E. (1979). Relaciones en público. Micro estudios de Orden Público, Madrid: Alianza Universidad.

desubicados al desconocer las normas y ritos que pautan el sentido de la interacción (búsqueda de la cotidianeidad ordenada y ritualizada).

- **Metáfora cinematográfica o del marco**⁵⁴: desarrollada en su célebre obra “*Frame analysis: Un ensayo de la organización de la experiencia*” (1974), Goffman entiende que la realidad social se organiza y estructura a partir de marcos de referencia basados en las experiencias subjetivas de los individuos. De este modo, organizamos e interpretamos las situaciones de interacción en función de marcos o esquemas de referencia basados en nuestra experiencia social. En el caso de *Diablo III*, los jugadores configuran marcos de referencia según se va desarrollando el juego, aunque dichos marcos se encuentran muy influenciados por las culturas más amplias donde se practica y desarrolla la acción lúdica. Así mismo, es preciso señalar que los marcos de experiencia empleados también suelen ser importados de otros juegos y experiencias previas (de género rol principalmente). Debido a esto debemos subrayar que los marcos, por tanto, se hallan fuertemente interconectados e imbricados con otros escenarios y contextos (Garfinkel 1968a) y procesos de subjetivación (Foucault, 1983).
- **Metáfora del juego**⁵⁵: pese a que probablemente se trate de la metáfora menos específica y concreta en la obra de Goffman (Nizet y Rigaux, 2006), la metáfora del juego es fundamental en el análisis de la vida social y la performatividad lúdica. De acuerdo con el autor, las interacciones sociales pueden ser consideradas como juegos en los que los individuos actuantes adoptan estrategias “calculadas” a fin de manipular la información proyectada en su propio beneficio. A lo largo de la tesis se citarán numerosos ejemplos, pero entre ellos se pueden mencionar las diferentes estrategias de simulación y de control de la información (los jugadores más competitivos mercantilizan la información privilegiada de *Diablo*), tales

⁵⁴ Metáfora cinematográfica del marco. Véase: Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*, Londres: Harper and Row.

⁵⁵ Goffman, E. (1961). *Internados: Ensayos sobre la situación social de los enfermos mentales*. Buenos Aires: Amorrortu editores.

como: trucos, *bugs*, estrategias más eficientes, conocimiento de las mejores fuentes de información, comercio...

Una vez concluida la descripción de las distintas metáforas (que intervienen en la interacción social), es necesario añadir, como ponen de manifiesto Lemert y Branaman (1997), que estos cuatro componentes metafóricos operan simultáneamente. Por el contrario, desafortunadamente, cuando se disponen a ser analizadas, dichas metáforas son comúnmente entendidas de manera aislada, pese a que realmente se articulan y despliegan conjuntamente. Por este motivo es preciso aclarar que, a lo largo de la tesis, aunque me refiera a las distintas metáforas, se requiere tener muy claro su funcionamiento simultáneo e imbricado.

Por otro lado, en lo referente a la teoría goffmaniana me interesan especialmente para este análisis las nociones de región anterior y posterior (como modo de aproximación a la interacción performativa y práctica de juego). ¿Pero a qué nos referimos exactamente cuando aludimos a una región? Veamos la definición que ofrece el propio Goffman (1959).

“Todo lugar limitado, hasta cierto punto, por barreras antepuestas a la percepción. Las regiones varían según el grado de limitación y de acuerdo con los medios de comunicación en los cuales aparecen dichas barreras” (1959: 117).

Al mismo tiempo, el autor distingue entre tres tipos de regiones, pese a que tradicionalmente tan sólo se alude a dos de ellas, región anterior y posterior, existe una tercera región exterior o residual.

- **Región anterior** (*front region*): consiste en el espacio donde tiene lugar la interacción e interpretación (el escenario o parte visible de la actuación). La actuación del individuo en la región anterior implica cumplir ciertas normas para mantener creíble la interpretación (concordancia entre rol y acción).

- **Región posterior (*backstage*) o trasfondo escénico:** es el espacio donde “*tiene lugar una acción que se relaciona con la representación, pero que es incompatible con las apariencias por ella suscitadas*” (1959: 146), o dicho de otro modo, del trasfondo o espacio oculto que queda invisible a la percepción de la audiencia (y donde la actuación es contradicha conscientemente como algo natural). Es por tanto, el lugar donde los sujetos pueden olvidarse de su papel, descansar y actuar con total naturalidad (al no encontrarse expuestos a la percepción del público⁵⁶); consiste en el espacio donde “*las ilusiones y las impresiones son abiertamente proyectadas*” (1959: 123).

En el caso de *Diablo III*, y los videojuegos en general, tendemos a asumir que el espacio en el que ocurre la interacción online es la región anterior (la parte visible del juego donde los avatares interpretan sus papeles), mientras que lo que queda al otro lado de la pantalla (oculto al resto de jugadores) se trataría de la región posterior (el lugar que ocupa la persona física⁵⁷). Sin embargo, un aspecto muy significativo a tener en cuenta es la variación de las delimitaciones de las barreras, en función de la experiencia subjetiva y sensible (estímulos sensoriales). Por ejemplo, en el caso de los videojuegos en red las pantallas de los ordenadores pueden aislar una región en el aspecto visual o táctil, aunque no en el auditivo. Cuando estamos jugando, el audio puede conectar ambas regiones de tal modo que aunque no se pueda observar a nuestro yo físico, sí se pueden recibir los estímulos auditivos de la región posterior, de tal modo que podemos oír lo que ocurre al otro lado de la pantalla.

Y si las conexiones entre regiones son relativamente difusas en *Diablo III*, también es preciso gestionar una presencia ambivalente entre espacios y escenarios en los videojuegos en red. En los contextos de juego online los sujetos tienen que convivir con una identidad superpuesta entre regiones, ya que pese a

⁵⁶ Cuando actuamos en presencia de otros, tendemos a acentuar determinados aspectos de manera expresiva, pero a la vez tratamos de suprimir otros. Es en la región posterior donde aparecen estos elementos suprimidos. Además sirve de lugar de descanso, donde el actuante puede confiar en que ningún otro miembro del auditorio se puede entrometer.

⁵⁷ El lugar que ocupa la persona física se refiere a la habitación, cibercafé, domicilio u otro tipo de espacio en el que se encuentra el jugador. Por otro lado, Goffman (1959) recuerda que no es nada casual que el término persona provenga del latín *personare*, cuyo significado se refiere a máscara.

que la interpretación se realiza desde la región anterior (mediada⁵⁸ vía avatar), el jugador físico, junto al ordenador desde el que interactúa, se encuentran en la región posterior (de tal modo que la presencia de los sujetos se da simultáneamente entre la región anterior y posterior).

Pese a que Goffman entiende que las regiones posteriores suelen encontrarse en un extremo del lugar donde se produce la representación, evidentemente éste no es el caso. Pese a todo, el control del trasfondo escénico sigue dándose de manera muy similar. Dado que es en la región anterior donde se guardan los “*secretos vitales del espectáculo*” (Goffman, 1959: 124), el paso de una región a otra debe permanecer cerrado, custodiado u oculto. Lo interesante de los juegos online es que el control del trasfondo escénico se vuelve una tarea mucho más ardua y compleja, ya que siempre que se produce una comunicación vía auditiva (mediante uso de micrófono), una pequeña parte de la región anterior es revelada a la audiencia (el resto de jugadores es capaz de escuchar lo que está ocurriendo en la región posterior, poniendo a éstos en una situación de exposición y vulnerabilidad). Como veremos en el capítulo VII, los jugadores tienen que ser muy cautos si pretenden evitar deslices que debiliten el mantenimiento de las impresiones que proyectan sus personajes (impresiones buscadas). Por ejemplo, es muy común que durante el fragor de la batalla contra los seres demoníacos, aparezcan familiares (madre, padre, hermanos...) que desestabilicen el manejo de las impresiones perturbando y alterando el círculo mágico, la experiencia de juego y la correcta interpretación del papel (“*¿Me prestas un boli?*”, “*ya tienes la cena lista*”, “*¿porque no dejas de jugar y recoges un poco esto?*”).

Adicionalmente, para Goffman es también muy importante observar el momento en que los actores dejan una región y penetran en otra, porque se pueden observar los cambios de papeles. Por ejemplo, en ocasiones al finalizar la sesión de juego a alguno de los jugadores se le olvida apagar el micrófono, creyendo que se encuentra en completa intimidad en la región posterior (sin ser escuchados por el resto de la audiencia). Este tipo de deslices pueden ocasionar

⁵⁸ Véase Latour (1994).

un significativo daño al mantenimiento de las impresiones que se desean proyectar, sin embargo, son muy interesantes para analizar la adopción y variación de papeles entre regiones.

Por último, en lo referente a las regiones goffmanianas, es preciso reseñar que a menudo nos olvidamos de la existencia de una tercera región, conocida como exterior o residual, y que hace referencia al resto de espacios ajenos a las regiones mencionadas (por ejemplo, los vecinos o individuos extraños que se hallan fuera de las habitaciones donde se están llevando a cabo las actuaciones). En ocasiones durante el juego pueden interferir mediante sonidos, ruidos de ambiente u otro tipo de intervenciones, y por tanto, también han de ser considerados.

A modo de conclusión del epígrafe, las propuestas de Goffman (1959, 1963) implican un cuestionamiento del imperialismo de lo serio, esto es, qué es importante y digno de atención para la comunidad investigadora. En este trabajo, trato de otorgar una importancia fundamental a la interacción ordinaria, a la interpretación de roles y a otros aspectos fundamentales como el juego, el sentido común, la manipulación de impresiones o los significados y sentidos implícitos (centrales en el presente proyecto) que tradicionalmente han sido considerados como asuntos banales, secundarios, poco relevantes o menores (Goffman, 1959).

4. Teorías de la agencia compartida.

Hasta ahora, he aludido en ciertas ocasiones a las nociones de la agencia compartida, pero antes de nada, ¿qué entendemos exactamente por agencia en este trabajo? De acuerdo al origen etimológico del término (Del lat. *agentia*, de *agens*, *-entis*)⁵⁹ el concepto de agencia haría referencia a la capacidad de acción (el que actúa o el que hace) de un agente determinado. A lo largo de una dilatada presencia en la tradición filosófica y sociológica

⁵⁹ Definición de agencia. Real Academia de la Lengua Española (RAE). Disponible en: <http://lema.rae.es/drae/srv/search?id=zA1nOcJMeDXX2wIXaQbW>

(fenomenología⁶⁰, interaccionismo simbólico⁶¹ y etnometodología⁶²), los académicos han entendido por agencia la capacidad de un actante para actuar o hacer en un espacio social determinado, concibiendo a los agentes tanto como individuos como organizaciones (Bandura, 2001). Las interpretaciones de las acciones del mundo de la vida cotidiana (Schutz, 1944, 1953; Goffman, 1959, 1979; Garfinkel 1968a, 1972; Martín Criado, 2014), centrales en los enfoques del paradigma de la acción, inspiraron los trabajos pioneros de Latour (1998, 2007), Law (1995) y Callon⁶³ (1998) encabezando la aparición de las denominadas teorías del Actor-Red⁶⁴. A través de dicho enfoque se incorporó a la concepción clásica de agencia un gran elemento distintivo, pues de una manera novedosa se empezó a considerar a los agentes tanto a humanos como a elementos o entidades no humanas (dispositivos tecnológicos principalmente).

“La teoría del actor-red se caracteriza por realizar un minucioso y persistente trabajo de demolición de las dicotomías que tradicionalmente articulan los análisis sociológicos [...] las características que tradicionalmente se imputan a actores humanos aparecen ahora relacionadas con elementos no humanos” (Tirado y Domènech, 2005: 2).

La consideración de la agencia (más allá de la acción humana) no sólo tiene serias implicaciones teóricas y metodológicas (en los procesos de construcción social y en la noción de agencia en sí misma), sino que además nos sirve de pretexto para introducirnos en los conceptos de simetría (Latour, 2007) y agencia compartida (Latour, 1998, 2001; Lasén 2012, 2013; Tirado y Domènech, 1998, 2005; Hjorth, 2012, 2013; Callon, 1991).

⁶⁰ Véase: Schutz, A. (1953). The Problem of Rationality in the Social World, *Economica*, vol.10.

⁶¹ Véase: Simmel (2002), Berger y Luckmann (1968), Mead (1968), Becker (1961).

⁶² Véase: Garfinkel, H. (1968b). "Discussion: The origin of the term 'ethnomethodology.'" in Proceedings of the Purdue Symposium on Ethnomethodology. Editado por R. Hill and K. Grittenden, 15-18. Institute Monograph Series,1.

⁶³ Existen otros contribuyentes reseñables en las teorías del Actor-Red como: Geoffrey Bowker, Arie Rip o Susan Leigh Star.

⁶⁴ Véase Latour (2005). *Re-ensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*, Buenos Aires, Manantial. Callon, M. (1991). "Techno-economic networks and irreversibility." Pp. 132-165 en *A Sociology of Monsters: Essays on Power, Technology and Domination*, London, Routledge. Callon, M. (1998). *The Laws of the Markets*, London, Blackwell Publishers.

Para Law (1987) o David Bloor (1976), pionero en el uso de la noción de simetría en los años setenta, lo social (y sus correspondientes dominios) siempre actúan como instrumentos explicativos de lo natural, lo científico o lo tecnológico. Sin embargo como nos recuerda el propio Law (1987) o Tirado y Domènech “*se soslaya que la sociedad es también un producto, un efecto, algo tan construido como la propia noción de naturaleza*” (2005: 3). Por tanto, el principio de simetría también nos conduce a una nueva concepción de agencia donde no existiría una diferencia entre materialidad y socialidad. Para Tirado y Domènech, muy en línea con Bloor (1976):

“Se asume por tanto, que tanto sociedad como naturaleza, antes que causas son consecuencias, el efecto de complejas negociaciones, alianzas y contraalianzas que forman parte de la actividad de los científicos. Nada es autoevidente o ajeno a la necesidad de ser explicado, ni siquiera distinciones tan aparentemente fundamentales como la distinción entre seres humanos y no humanos” (2005: 4).

Frente a las consideraciones clásicas de agencia y acción, caracterizadas por su condición unidireccional y basada en lógicas causales *input-output* (lo que implicaría entender toda acción como el origen de un efecto determinado⁶⁵) los teóricos de las perspectivas del actor-red reformularon las concepciones tradicionales de agencia a través de la noción de mediación (Latour, 1994; Lasén, 2012). Desde esta nueva aproximación, la agencia se entendería como una mediación⁶⁶, una red de actuaciones (Lasén, 2014), o dicho de otro modo, como una agencia compartida (Lasén, 2006, 2012; Hjorth, 2013). Tal y como afirman Tirado y Domènech: “*la acción aparece como la mediación de la acción de otro. La acción es mediación. Actuar es permitir la conexión de otros elementos o entidades. Jugar el papel de mediador*” (2005: 15). La agencia compartida, sería por tanto, la compleja red de mediaciones y actuaciones imbricadas donde lo humano y lo tecnológico confluyen, donde la materialidad y socialidad se

⁶⁵ Tirado y Domènech (2005) afirman que las nociones tradicionales de agencia llegan a entender la acción cuasi como un *big-bang*. Una acción genera una serie de outputs).

⁶⁶ Véase: Lasén, A. y Martínez de Albéniz, (2011) I. ‘An Original Protest, At least’. *Mediality and Participation*, en Greif, H, Hjorth, L., Lasén, A. y Lobet-Maris, C. (eds.) *Cultures of Participation. Media Practices, Politics and Literacy*, Frankfurt am Main: Peter Lang, 141-158.

constituyen en una difusa red de actuaciones interconectadas y recíprocas. La siguiente cita de Lasén, en referencia a la agencia compartida y los discursos tecnofóbicos surgidos en torno a los dispositivos móviles, ilustra perfectamente esta idea:

“El peligro de adicción y dependencia, resurgido con los móviles, la «telefonitis» (Jauréguiberry, 2003: 39-42), revela la fragilidad de las ilusiones de control sobre el mundo de los objetos, las resistencias a asumir su mediación, a reconocer la existencia de una agencia compartida, de una actuación recíproca, y asimétrica, entre cuerpos y objetos, entre materia actuada por gestos humanos y gestos facilitados, creados, o provocados como resistencia, por los objetos” (2006: 157).

Los agentes no humanos (sean de la índole que sean), por tanto, tienen una importancia clave en el mantenimiento y funcionamiento de nuestras sociedades, la tecnología es agencia, y no un mero dispositivo dócil (Callon, 1991; Latour, 1998; Tirado y Domènech, 2005). Por otro lado, no podemos pasar por alto que la tecnología no es neutra (Lasén, 2012, 2014), ni que tampoco actúa o hace nada por sí sola, sino que junto a actantes humanos y tecnológicos configura redes de actuaciones -agencias compartidas- que nos facilitan o dificultan hacer unas cosas u otras (Lasén, 2012). La tecnología se pone en funcionamiento en un contexto, tiempo y espacio social determinado, de hecho la tecnología continúa siendo diseñada y producida en los contextos de uso, contextos que a su vez esas tecnologías contribuyen a producir, situaciones donde se actualizan ciertas posibilidades de uso de las tecnologías y se neutralizan o desestiman otras (ejemplos como la emergencia cultural o los nuevos usos del dispositivo más allá de lo previamente diseñado).

Desde la conformación de redes de solidaridad, ritos de juego, producción de contenido (generado por el usuario) o emergencia de culturas *gamer*, la agencia compartida de los jugadores (y resto de actores) se articula en base a un complejo entramado de redes de actividades, negociaciones y agencias que provocan distintas estrategias de resistencia, aceptación, readaptación o rechazo de los diseños originales de los videojuegos (reconfigurando los modos de

interacción en los espacios lúdicos y dando lugar a la conformación de procesos de emergencia cultural).

5. Subjetivación

Las nociones recurrentes de subjetividad y subjetivación (Foucault, 1978, 1983; Liston y Zeichner⁶⁷, 1993) son entendidas en este trabajo como una disposición particular e interna de la mirada y de los sentidos, un modo único de pensamiento y comprensión que entraña una forma particular de interactuar y ser en el entorno⁶⁸. De este modo, la subjetivación hace referencia al proceso de configuración del yo (el proceso de constituirnos y articularnos como sujetos en base a nuestras percepciones, experiencias, actuaciones, prácticas con dispositivos, recuerdos...); un proceso de configuración que también implica cierta sujeción⁶⁹ (a personas, lugares y espacios...) y que puede ser cartografiado a través de dispositivos tecnológicos o fenómenos de remediación (redes sociales, representación de avatares, fotos de perfil...).

Según Foucault (1978) o Lego (2013), la subjetividad sería el resultado de “*la incidencia de los mecanismos de normalización en el individuo*” (2013: 3), haciendo referencia a los modos en que se articulan los dispositivos disciplinarios a fin de lograr un tipo de mentalidad cultural acorde a las condiciones hegemónicas. Dichos mecanismos de normalización (familia, grupo de pares, amigos, escuela...) moldean progresivamente las acciones y marcos de interpretación de los individuos (tratando de evitar conductas desviadas respecto a la cultura dominante).

“El cuerpo es una suerte de tejido que puede ser moldeado, trabajado, inscrito con hábitos y normas, inscrito con gestos que duren más allá de las paredes de la institución, es decir, grabado con historia. El método

⁶⁷ Según Liston y Zeichner (1993) la subjetividad puede ser entendida como la mirada o disposición interna que los sujetos han configurado a partir de las experiencias de interacción con el entorno que les rodea.

⁶⁸ La subjetividad implica la singularidad de las experiencias.

⁶⁹ Los procesos de configuración del yo y de sujeción implican plantearse cómo nos configuramos en nuestro entorno material.

para la inscripción es la disciplina.” (Doménech, López y Tirado, 2004: 1).

Según Foucault o Doménech et al. (2004) en las sociedades disciplinarias, el objeto de inscripción y disciplinamiento sería el cuerpo (el cuerpo se convierte en el dispositivo sobre el que se imprimen, graban o fijan los hábitos y sanciones normativizadoras). Por ejemplo, las instrucciones que da un jugador a su novia para manejar los controles del mando o teclado de juego (que es una actividad disciplinaria). Se dan unas instrucciones acerca de cómo tiene que colocarse la persona, cómo tiene que colocar las manos y como el novio se las coloca a la novia. Detrás de ello, hay un proceso de disciplinamiento, de disciplinar las relaciones hegemónicas de poder (novio-novia). De este modo, a través de los procesos disciplinarios y de inscripción, las experiencias de los sujetos van dejando marcas o improntas que reconfiguran la subjetividad de los individuos, que trabajan y moldean los cuerpos y que articulan los procesos de construcción del yo (las inscripciones reajustan los modos en los que nos configuramos como sujetos y experimentamos nuestro entorno). Las experiencias con los dispositivos lúdicos nunca no son neutras, sino que nuestras prácticas previas con los videojuegos se inscriben en nuestro cuerpo reconfigurando nuestra identidad mediante procesos de subjetivación e inscripción (a través de recuerdos, afectividades, experiencias pasadas...). De hecho, los escenarios lúdicos se han ido convirtiendo progresivamente en espacios de conflicto y construcción de identidades de aquellos jugadores que invierten su tiempo en ellos. De esta manera, las experiencias y disciplinamientos que se producen en los entornos sociales de juego modifican e inscriben la subjetividad de los jugadores. Por ejemplo, las afectividades, identidades o culturas *gamer* que se generan dentro de *Diablo III* producen (en determinados casos) un sentimiento de pertenencia o identificación con una serie de ideales, prácticas o espacios de juego que rearticulan y configuran una subjetividad determinada.

Para concluir, a través del marco teórico presentado me propongo repensar los objetos de estudio y las formas de validación de conocimiento, reclamando un enfoque más sensible a las lógicas que rigen las actividades ordinarias; entendiendo la práctica del juego en los diferentes niveles en los que opera ya que

las actividades lúdicas se imbrican en diferentes contextos y escenarios del día a día.

**CAPÍTULO IV:
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

1. Introducción, justificación y fundamentación metodológica¹.

Si bien las cuestiones metodológicas son una de las piedras angulares de toda investigación aplicada, los esfuerzos innovadores (en el ámbito de los *games studies*) recogidos en la presente tesis merecen una especial atención en este apartado. El primer aspecto que hay que resaltar es que se ha optado por un diseño metodológico mixto, más conocido como triangulación² de métodos (Denzin, 1970), que combina técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación. Desde una óptica cualitativa, entendida la etnografía como una lente, una particular disposición de la mirada³ (Simmel, 1908, 1917; Alonso, 1998) o marco creativo e interpretativo que va más allá de una técnica (Clifford, Marcus, 1986; Horst, Hjorth y Tacchi, 2012), se articuló y gestionó la aproximación al campo combinando distintos métodos etnográficos (virtuales con observaciones participantes *in situ*⁴). Así mismo, los diferentes enfoques etnográficos se complementaron con entrevistas en profundidad y, desde el ámbito cuantitativo, con una encuesta online a jugadores de *Diablo III*. De este modo, más que hablar de una aproximación o mirada, el trabajo que aquí se presenta ha de ser entendido como un collage de distintas percepciones, sensibilidades y subjetividades vinculadas que componen un panorama o visión

¹ Parte de la información disponible en el presente capítulo ha sido extraída del proyecto fin de máster realizada por el doctorando. Para más información, consúltese: Puente, H (2011). Las relaciones sociales en los videojuegos en red, Madrid, Editorial Complutense. ISSN: 1989-9610. disponible en: http://www.academia.edu/1175273/LAS_RELACIONES_SOCIALES_EN_LOS_VIDEOJUEGO_S_EN_RED

² La triangulación de métodos consiste en la combinación de métodos y técnicas de investigación tanto cualitativos como cuantitativos.

³ De acuerdo a L.E. Alonso, Simmel concibe la sociología como “*un nuevo modo de observación, como un punto de vista o una mirada: una particular disposición de perspectivas gracias a las cuales podemos vislumbrar lo significativo, entre las casi, innumerables formas y contenidos que configuran el mundo de lo social*” (1998: 20).

⁴ Durante la realización del trabajo etnográfico de campo participé y recogí información en distintos escenarios de observación, tales como: domicilios, quedadas, congresos de videojuegos, foros....

particular que emerge de un ejercicio artesanal, flexible (Becker et al., 1961) interpretativo (Boellstorff, Nardi, Pearce, Taylor y Marcus, 2012) creativo y de reflexividad⁵ (Clifford y Marcus, 1986).

La justificación de la selección de un diseño metodológico mixto o triangulado radicaría en los escasos ejemplos de combinación de técnicas en el campo académico del videojuego (Corneliussen y Rettberg, 2008; Taylor, 2008b). Así mismo, las herramientas seleccionadas parecían las más oportunas y pertinentes entre las posibles, adecuándose perfectamente a los objetivos planteados en el proyecto de investigación (expuestos previamente en la introducción⁶). La triangulación de métodos ya había sido empleada en el proyecto fin de máster⁷, obteniendo resultados muy estimulantes e inspiradores (así como una suerte de pericias e improntas de investigación). Expongo primero las técnicas cualitativas para posteriormente hacer lo correspondiente con las técnicas cuantitativas de investigación.

Por otro lado, antes de entrar en mayor profundidad en las cuestiones relativas a la técnica, es preciso realizar algunas aclaraciones metodológicas de pertinencia. En primer lugar, si bien es cierto que las entrevistas en profundidad son inherentes al trabajo etnográfico de campo (Boellstorff et al., 2012), se ha optado por exponerlas de manera independiente, en los consiguientes epígrafes, para facilitar una mejora de la comprensión. Así mismo, es igualmente relevante reseñar que los nombres dados a los jugadores mencionados (a lo largo de la tesis) son completamente ficticios para garantizar el anonimato de los participantes (Valles, 2002). Finalmente, también es significativo clarificar que el trabajo de campo, como estudio de caso (Valles, 1999), fue realizado exclusivamente con

⁵ La etnografía encuentra su validez a través de la reflexividad, la contextualización y la capacidad de describir todo el proceso de lo que ocurre en la investigación (incluido cómo nos sentimos o las controversias surgidas entre “el yo investigador” y “el yo participante”).

⁶ Anteriormente, en el primer capítulo, se expusieron los objetivos principales marcados en la presente tesis de investigación, estos son: 1) Modos y estilos de juegos (qué y cómo es jugado), el espectro de jugadores (quién juega) y los contextos y escenarios de performatividad lúdica (dónde el juego ocurre o toma lugar).

⁷ Véase Puente (2011).

jugadores de la comunidad de PC (ordenador personal) de *Diablo III* (excluyendo a los jugadores de videoconsola⁸).

¿Pero por qué un estudio de caso de *Diablo III* en el contexto español? Taylor (2008b) afirma que los estudios de caso en profundidad, aunque pueden servir para iluminar procesos sociales más amplios, tienen su gran potencial en desentrañar las prácticas y significados actuales de culturas locales y participantes. Asimismo, manifiesta ser consciente del error que se ha cometido en los *game studies*, considerando que la mayor parte de análisis realizados se han centrado en unos pocos juegos, y a partir de eso, se ha tendido a generalizar y teorizar. De este modo, ante las advertencias y reclamos de mayor precaución, sensibilidad y pluralidad de estudios de caso, Ermi et al., (2005), Mäyrä (2009) o Puente y Fernández (2013) consideran que es muy importante tener en cuenta la diversidad cultural y los contextos específicos donde el juego toma lugar y es practicado; tal y como señalan Puente y Fernández: “*up to now research on fan culture manifestations in different media has focused on Anglo-Saxon and Scandinavian culture (Jenkins, 1992; Consalvo, 2003; Taylor, 2006; Pearce, 2009; Wirman, 2007). The lack of studies regarding other cultures makes the introduction of new analysis perspectives necessary in order to add richness and understanding to the phenomenon. The meanings of the game vary greatly depending on the social and cultural context where it is designed, distributed and practiced*”⁹ (2013: 5). Por lo tanto, la etnografía de *Diablo III*, que aquí se presenta, aspira contribuir a aumentar la necesaria pluralidad reclamada, aportando nuevos matices, miradas y entendimientos respecto a las prácticas y culturas lúdicas en el contexto de los videojugadores españoles de *Diablo*.

⁸ *Diablo III* también se encuentra disponible en versión para videoconsola convencional (PS4, Xbox). Sin embargo, la observación etnográfica se realizó íntegramente en la comunidad de PC, dado que son servidores independientes entre sí (las comunidades de jugadores de PC y consolas juegan en espacios diferenciados), con leves diferencias en las mecánicas de juego y que fueron lanzados en contextos temporales distintos (*Diablo III* para PC fue lanzado en mayo de 2012 mientras que su versión para consolas en septiembre de 2013).

⁹ Fragmento extraído de una publicación previa del doctorando. Véase: Puente, H., Fernández, M. (2013). User Generated Content: A Situated Production of Video Walkthroughs on Youtube. In: Context Matters! Exploring and Reframing Games in Context. Proceedings of the 7th Vienna Games Conference 2013, FROG 2013. New Academic Press, Vienna, ISBN: 978-3-7003-1864-4).

Por último, buscando lograr cierta sistematicidad (y bajo un ejercicio de honestidad metodológica) se defiende, en la presente tesis, que todo investigador debe justificar y razonar sus elecciones, y esto se logra, describiendo lo que se ha hecho. Es por ello por lo que en los próximos epígrafes vamos a introducirnos en las entrañas de la técnica y el método, o como lo denominaría Miguel Valles (1999), la trastienda de investigación. Es el momento, por tanto, de diseccionar nuestras lentes y marcos de observación y revelar las cuestiones relativas al diseño metodológico.

2. Métodos y técnicas cualitativas de investigación

2.1. Etnografía virtual y técnicas de observación.

Notas de diario de campo: 15 de mayo de 2012

“Después de un año preparándome para el lanzamiento de Diablo III (consultando foros, probando la beta, visionando decenas de contenidos pre-lanzados...) parece que ha llegado el momento. Me encuentro a tan sólo cinco minutos de una nueva etapa en el trabajo de campo, a tan sólo cinco minutos de lo que se tercia una ardua batalla en la que tendré que aprender a situarme, convivir y gestionar mi doble faceta de jugador-investigador”.

Notas de diario de campo: 17 de febrero de 2014

“Releyendo el diario de campo aún encuentro más preguntas que respuestas. Sin embargo, hoy tengo una certeza, no soy ajeno a la faceta de jugador que me compone y rodea, no es posible separar la investigación de nuestra vida, de nuestro propio yo. La mirada es subjetiva, y la subjetividad experiencia”.

Los etnógrafos disponen de una amplia paleta metodológica que puede incluir el uso de diversas técnicas de investigación para abordar la realidad que

subyace a las preguntas y objetivos de análisis. Sin embargo, la observación participante (Spradley, 1980), como piedra angular de todo proyecto etnográfico (Boellstorff et al., 2012), adopta una especial relevancia entre las distintas herramientas empleadas. Tal y como señalamos anteriormente, la etnografía no consiste en un simple método, sino que más bien consiste en un marco interpretativo (Goffman, 1974), aproximación o lentes conceptuales (Horst, Hjorth y Tacchi, 2012) que reflejan una mirada o sensibilidad¹⁰ particular (Simmel, 1908, 1917; Alonso, 1998) sobre las problemáticas culturales a indagar.

¿Pero en qué consiste exactamente el trabajo etnográfico de campo? Pese al gran número de definiciones posibles (probablemente existan tantas respuestas como etnógrafos o investigadores sociales), la definición de Hobbs (disponible en el diccionario SAGE de las Ciencias Sociales) es la que más se aproxima al proyecto y entendimiento propuesto en la presente tesis. Para dicho autor, la etnografía consistiría en:

“A research method located in the practice of both sociologists and anthropologists, and which should be regarded as the product of a cocktail of methodologies that share the assumption that personal engagement with the subject is the key to understanding a particular culture or social setting. Participant observation is the most common component of this cocktail, but interviews, conversational and discourse analysis, documentary analysis, film and photography, life histories all have their place in the ethnographer's repertoire. Description resides at the core of ethnography, and however this description is constructed it is the intense meaning of social life from the everyday perspective of group members that is sought” (2006: 1).

Quizás, como apunta Kozinets (2010), el gran interés de la etnografía radica en que es un enfoque de gran flexibilidad y profundidad analítica. En primer lugar, la flexibilidad vendría por la capacidad para adaptarse a diferentes

¹⁰ Las sensibilidades son inherentes a los procesos de subjetivación (Foucault, 1983), filias, emociones o experiencias previas.

contextos y compenetrarse con otras herramientas de investigación social (entrevistas, análisis del discurso, videografía, semióticos, grupos de discusión, encuesta...). En segundo lugar, la profundidad derivaría de la sistematicidad y el esfuerzo continuado por ahondar en las estructuras y prácticas subyacentes. Tal y como indica Konizets, consiste en una mirada basada en la aclimatación o el bricolaje (su potencial de adaptación a preguntas de investigación, ámbitos, tiempos, contextos, herramientas o prácticas es muy notable). Y bajo esta noción de *collage*, composición o bricolaje se ha diseñado y articulado la combinación de métodos etnográficos en distintos escenarios y contextos de observación mediados tecnológicamente (Beaulieu, 2004; Ardèvol, Estalella y Domínguez, 2008). De este modo, la mirada o lente reflexiva empleada se ha compuesto de una articulación de herramientas o modos de proceder diversos, en los que si bien ha destacado la observación participante virtual¹¹ (como técnica predominante), las influencias creativas y experimentales han dejado una clara impronta, especialmente en el caso de la *performance ethnography*¹² (Denzin, 2003; Alexander, 2005; Oberg, 2008;) y la recreación de prácticas. Por ejemplo, junto a la etnografía virtual (Mason, 1996; Hine, 2000) y observación participante en diferentes escenarios (quedadas, congresos, encuentros de fans...) solicité a algunos participantes que jugaran y recrearan prácticas en *Diablo III (in situ)*¹³ mientras los observaba, preguntaba y filmaba con un móvil (hacía preguntas y tomaba algunas fotos y vídeos al estilo psicodrama, narrando y realizando su habitual uso cotidiano de los dispositivos tecnológicos, sugiriéndoles, así mismo, que relataran cómo las prácticas de juego se situaban en un contexto cotidiano¹⁴ más amplio). Pese a que en un principio pensé en organizar un taller y pedir a los participantes que recrearan prácticas, por diversas cuestiones operativas (de acceso, organización y recursos) y de productividad (observar los contextos *in situ* parecía más enriquecedor para los fines buscados) se modificó la idea original y opté por acudir a los domicilios de ciertos participantes con el fin de observar las

¹¹ Etnografía virtual (Hine, 2000).

¹² La *performance ethnography* se encuentra altamente vinculada a las teorías de Erving Goffman (1959) acerca de la imitación y recreación. Consiste en un campo intermedio entre la teatralidad o performatividad y la etnografía. Así mismo también se halla fuertemente ligada a los sociodramas.

¹³ Observación en el domicilio de jugador.

¹⁴ Muy en línea con los enfoques de Garfinkel (1968a, 1972) y Goffman (1959).

recreaciones y prácticas lúdicas, acciones y subjetividades, de los jugadores (esta segunda alternativa se adecuaba más al proyecto que tratar de recrear “laboratorios taller”). La contactación de los jugadores que participaron en las recreaciones (un total de 28 a lo largo de 24 meses de trabajo etnográfico de campo) se realizó utilizando métodos de muestreo intencional¹⁵ (Ortiz, 2004) derivados de la experiencia y las redes de contactación establecidas a lo largo de la observación.

Figura 4.1. Jugador de *Diablo III* recreando una sesión de juego mientras ofrece algunas explicaciones.



Fuente: propia (trabajo de campo).

La noción de etnografía virtual (trabajo etnográfico de campo en contextos online¹⁶), pese a haber sido popularizada por Christine Hine (2000), surge a raíz

¹⁵ El muestreo intencional “es un tipo de muestreo no probabilístico que se caracteriza por el uso de juicios [...], incluyendo áreas o grupos supuestamente típicos de la muestra” (Ortiz, 2004: 115). En este caso, se seleccionaron distintos perfiles de jugadores aspirando a cubrir cierto espectro de variabilidad (en función de sexo, edad e implicación con el juego).

¹⁶ Contextos en red mediados digitalmente.

de las propuestas de Mason (1996), quien acuña el concepto. Si bien, esta técnica también ha sido denominada como “ciberantropología” (Beaulieu, 2004), ciberetnografía (Pearce, 2009) o netnografía (Kozinets, 2010; Del Fresno 2011), el éxito cosechado por la obra titulada “Etnografía virtual” (Hine, 2000) supuso el asentamiento de un cierto consenso entre los académicos del juego, por ello, en la presente tesis, nos referiremos a este tipo de práctica de observación (en espacios online) como etnografía virtual.

Los métodos etnográficos virtuales (combinados con observación *in situ*) constan de un largo recorrido de más dos décadas en la práctica etnográfica (Correl¹⁷, 1995). Asimismo, han sido aplicados con notable éxito entre los académicos del juego (Ducheneaut, Moore y Nickell, 2004; Taylor, 2006, 2008; Aarseth, 2008; Hagström, 2008; Pearce, 2009). Un caso especialmente interesante es el de Ducheneaut et al., (2004)¹⁸ quienes desde el ámbito sociológico y de los *games studies* se propusieron comprobar si las cantinas virtuales de *Star Wars Galaxies: An Empire Divided* (juego de rol online masivo) podían ser lo que el sociólogo Ray Oldenburg (1989) había denominado como terceros lugares. En cualquier caso, parece evidente que los métodos etnográficos virtuales se encuentran estrechamente ligados a los dispositivos lúdicos (videojuegos y mundos digitales) y se muestran, además, como los más propicios para indagar acerca de las prácticas, interacciones y culturas de juego emergentes en contexto (Taylor, 2007; Pearce, 2009; Puente, 2014).

La observación participante en entornos lúdicos online se caracteriza por una doble vertiente, una problemática ambivalente que implica convivir y gestionar una doble faceta de jugador-investigador y de cohabitar entre espacios y escenarios. Según Lasén (2006) –citando a Pearson (1993)- el trabajo del

¹⁷ Correl (1995) realiza una etnografía que combina observación física con trabajo de campo online. La observación se realiza en un bar lésbico que cuenta con un sistema computerizado de tablón de anuncios “*computer bulletin board system*” (BBS), a través de cual se comunican las mujeres.

¹⁸ Se trata de una etnografía virtual realizada en el juego de *Star Wars Galaxies: An Empire Divided* (un MMORPG), los investigadores estaban interesados sobre todo en como este tipo de juegos fomentan la sociabilidad, y para ello recurrieron a un espacio social dentro del juego, “la cantina”, allí mediante etnografía virtual estudiaban las interacciones. En dichas localizaciones los jugadores podían encontrarse y socializarse.

etnógrafo ha sido descrito como estar en dos lugares a la vez. En el caso de los videojuegos, hay que dar cuenta de dos realidades bien diferenciadas: el espacio físico en el que el jugador está jugando (región posterior goffmaniana¹⁹) y el mundo virtual en el que interactúa (región anterior de Goffman). Como diría Taylor (2006), se juega entre mundos. En cualquier caso es preciso enfatizar que no se pueden concebir los espacios online/offline como realidades totalmente separadas (Puente, 2011; Hjorth, 2014), sino más bien como diferentes contextos o escenarios imbricados y vinculados entre sí (las prácticas e identidades surgidas traspasan sus porosas fronteras). Por último, he de hacer referencia a mi experiencia previa como *gamer* o consumidor de videojuegos (incluyendo lanzamientos anteriores de la saga *Diablo*), resaltando todas las ventajas que implica tener conocimientos sobre el campo y la práctica, algo imprescindible para poder realizar una investigación (mi conocimiento y experiencia previa con los videojuegos, foros, redes de contactos, comunidades de jugadores... me permitieron emprender una investigación mucho más rica y situada, pudiendo proponer hipótesis previas y objetivos más fundamentados, teniendo un mayor acceso a recursos e informantes clave²⁰, dominando la jerga y vocabulario propio utilizado en el ámbito, conociendo las relaciones con otros géneros y espacios de juego...).

Uno de los resultados de toda metodología etnográfica debería ser la recopilación de una ingente cantidad de información en bruto (que hay que depurar, clasificar y organizar con gran minuciosidad), para ello, se utilizaron distintas herramientas de recolección de datos, destacando entre ellas, el diario etnográfico de campo (notas, dibujos, reflexiones, hipótesis...), dispositivos móviles de filmación y grabación²¹ (fotos, vídeos, notas en Evernote²²...) y ordenador portátil (accesibilidad a *Diablo III*, gestor de bases de datos, pantallazos...). En la presente investigación se recogió un elevado número de notas, datos e imágenes (impresiones de pantalla, resultados de encuesta,

¹⁹ Véase Goffman (1959). La presentación de la persona en la vida cotidiana.

²⁰ Véase Vallés (1999).

²¹ Como señala Ardèvol et al., (2008) el uso de dispositivos tecnológicos como móviles constituye tanto un objeto de análisis para los investigadores (Lasén, 2012) como una herramienta para desarrollar e implementar el trabajo de campo (Hjorth, 2011, 2014).

²² Evernote es un gestor de notas en red.

fotografías y vídeos), que una vez filtradas y organizadas con detenimiento, permitieron la puesta en marcha de un análisis sistemático.

En cuanto al diario de campo (Clifford y Marcus, 1986; Boellstorff, 2012), si bien se utilizó un cuaderno de notas clásico y de corte más artesanal, la naturaleza mediada de la etnografía (Beaulieu, 2004) incentivó el uso combinado de un diario de voz mediante la recopilación de audio-notas²³ (notas de voz). Durante las sesiones de juego, ante la imposibilidad de detenerse a redactar en la libreta, la grabación de comentarios, ideas, sugerencias y reflexiones (registradas mediante una aplicación móvil), permitió desenvolverse de manera mucho más fluida y natural en los espacios de interacción y performatividad (Garfinkel, 1968a). De este modo, la adaptación de las herramientas tradicionales a las nuevas exigencias requeridas por las características y ubicuidad del juego resultaron de gran éxito operativo.

Así mismo, es preciso reseñar que el trabajo de campo (en red) se realizó fundamentalmente bajo la figura de observador participante, sin embargo, en ocasiones puntuales (por ejemplo, para la consulta de contenido generado por el usuario) se adoptó un rol de “*lurker*²⁴” u observador no participante.

Por último, existe una creencia entre los académicos del juego acerca de la importancia de que los investigadores jueguen a los dispositivos sobre los que teorizan o trabajan (Consalvo y Dutton, 2006; Aarseth, 2007; Squire, 2009; Fernández, 2013). Sin embargo, y aunque parezca evidente en el caso de la etnografía virtual, esta práctica no siempre se ha llevado a cabo (Brooker, 2009). De acuerdo con Kurt Squire (2009) es esencial que los investigadores inviertan una parte considerable de su tiempo en el videojuego que estudian, en su caso dicho autor recomienda al menos de 40 horas de uso del dispositivo. Pese a que establecer límites o cuantías mínimas no se encuentra en la línea de este proyecto (discrepo con la idea de obtener validez en función del número de horas jugado,

²³ El dispositivo de teléfono móvil (utilizado como herramienta auxiliar de investigación) dispone de sistema operativo Android que permite la grabación de memos y notas de audio.

²⁴ El término inglés *lurker*, se puede traducir al castellano como “acechador”, y se refiere a aquellos individuos de la comunidad que adoptan una estrategia pasiva y/o “voyeurista”, dedicándose únicamente a observar sin contribuir activamente en la comunidad.

pues todo dependerá de los objetivos, herramientas y contextos programados) sí que considero fundamental sumergirse profundamente en los espacios lúdicos de interacción si lo que se pretende es indagar acerca de las prácticas y culturas de juego estrechamente vinculadas con otros escenarios de la cotidianidad.

En nuestro caso, la observación participante se dilató durante más de 24 meses de observación. Iniciándose en marzo de 2012 (2 meses antes del lanzamiento del videojuego) y concluyendo dos años después (en marzo de 2014). Pero ¿cómo es posible que el trabajo etnográfico de campo se iniciara con anterioridad a la fecha de estreno? La respuesta es relativamente sencilla, durante los dos meses previos al lanzamiento del juego se inició la observación en foros, comunidades y demás sitios web donde los futuros jugadores de *Diablo III* ya se encontraban muy activos (comentando, posteando y produciendo contenido). Así mismo, se dedicó algo de tiempo a la beta del juego²⁵ (prototipo jugable en pruebas que permite la inspección del producto antes de su lanzamiento). Los dos años de observación mencionados se saldaron con más de 351 horas de juego (de las cuales 289 con el avatar principal²⁶), 175 horas de observación participante invertidos en consulta y producción de contenido generado por el usuario (foros, fan art, vídeos *machinima*, guías y tutoriales...), 156.043 monstruos aniquilados, millones de monedas de oro recogidas (19.084.928), decenas de horas de grabación y recreación de sesiones de juego, así como numerosas ferias, convenciones y congresos (Madrid, Viena, Melbourne, Copenhague, Atlanta, Tampere, París...).

²⁵ La beta de *Diablo III* fue lanzada algunos meses con anterioridad a la fecha de estreno del juego para permitir a los desarrolladores pulir y solucionar algunos fallos técnicos.

²⁶ El avatar principal utilizado fue la figura del mago. Véase figura

Figura 4.2. Perfil de juego. Trayectoria del doctorando en *Diablo III*. Obsérvese tiempo jugado con el avatar principal (mago: 289 horas y 18 minutos).



Fuente: propia.

2.2. Entrevistas en profundidad

Se realizaron entrevistas en profundidad²⁷ a diez jugadores (de diversos puntos de la geografía española) aspirando a lograr una cierta representatividad estructural²⁸ (Ibañez, 1979; Valles 1999). La metodología de campo combinó entrevistas cara a cara con entrevistas online (vía *Skype*²⁹) a jugadores y jugadoras con distintos grados de implicación en el juego (desde jugadores casuales hasta jugadores altamente comprometidos).

²⁷ La metodología de las entrevistas en profundidad fue previamente desarrollada de manera parcial en el proyecto fin de máster del doctorando. Asimismo se recuerda que las entrevistas se enmarcan como técnica complementaria a otras en una triangulación metodológica (junto con técnicas etnográficas emergentes y encuesta online).

²⁸ En la metodología cualitativa no podemos pretender lograr una representatividad estadística, sin embargo, sí que sería posible acercarse a una representatividad a nivel cualitativo o estructural (Ibañez, 1979), tratando de incluir en nuestra muestra los distintos elementos que componen la el diverso espectro de jugadores o la heterogeneidad de perfiles ideales.

²⁹ *Skype* es un software que permite la comunicación a tiempo real mediante chat de texto, audio y vídeo.

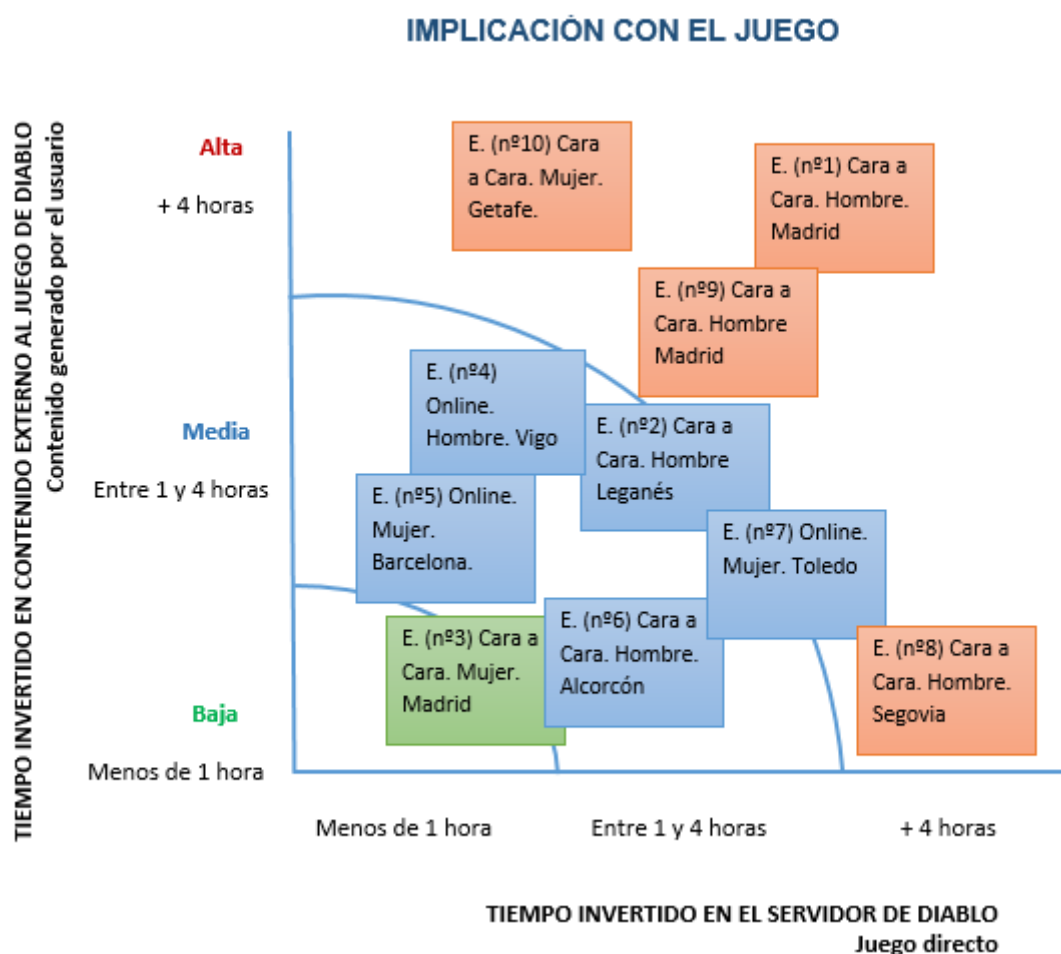
¿Pero cómo es posible alcanzar dicha representatividad estructural? Siguiendo las recomendaciones de Ibáñez (1979) si bien no es posible aspirar a lograr una representatividad estadística (típica de los paradigmas cuantitativos), esto no implica que haya que renunciar a disponer de una muestra cualitativa sistemática y fundamentada. Pero entonces, ¿cómo se debería proceder? La representatividad estructural o cualitativa trata de incluir y representar los elementos heterogéneos que componen el diverso espectro de jugadores o perfiles ideales que podríamos encontrar en *Diablo III*. Para lograr dicho cometido, Valles recomienda el empleo de un casillero tipológico:

“Dispositivo muestral, de carácter instrumental, del que se sirve el investigador para hacer operativa una selección de entrevistados orientada a garantizar la heterogeneidad de la muestra en variables consideradas analíticamente relevantes” (1997: 212).

En nuestro caso, el casillero tipológico se estructuró en torno a dos ejes, uno de ellos referente al tiempo directamente invertido dentro del juego y el otro relativo al tiempo de consulta empleado en contenidos generados por el usuario (fuera del espacio juego en sí³⁰). De este modo, en base al grado de implicación con *Diablo III*, se realizaron 4 entrevistas a jugadores altamente comprometidos, 5 a jugadores medios y 1 entrevista a una jugadora casual. Asimismo, además de dicha estrategia de segmentación (Cea D´Ancona, 2004) se trató de incorporar perfiles de distinto sexo (6 hombres y 4 mujeres), edad (jugadores entre 19 y 34 años), y lugar de residencia (se procuró, en la medida de lo posible, que los entrevistados procedieran de diferentes espacios y contextos, algo que fue facilitado por la realización de las entrevistas vía online). A continuación, se ofrece el casillero tipológico en el que se puede observar con mayor detalle el diseño muestral de las entrevistas en profundidad.

³⁰ El modelo aquí propuesto no sólo toma en cuenta las horas dedicadas al juego, sino que también considera todo el tiempo invertido en el universo emergido en torno a él (materiales inspirados o generados alrededor de *Diablo III* como foros o guías).

Figura 4.3. Casillero tipológico entrevistas en profundidad (en base a grado de implicación con el juego).



Fuente: realización propia.

Como se habrá observado, gracias a dicho casillero, logramos cubrir, al menos en parte, los diferentes perfiles que podríamos encontrarnos en la comunidad virtual de Diablo, logrando así, en cierta medida, una representatividad estructural (Ibañez, 1979) mediante el uso de un muestreo conocido como propositivo o intencional (Ortiz, 2004).

Entrevistas en profundidad³¹:

³¹ Se recomienda la consulta del anexo documental nº: III, fichas técnicas entrevistas en profundidad (para ahondar en la información referente a los sujetos entrevistados).

- 7 entrevistas cara a cara realizadas a sujetos³² contactados a través de informantes clave³³. En ningún caso se conocía a los entrevistados, pues de esta forma, al no existir una relación personal entre los sujetos y el investigador se logra minimizar algunos efectos dañinos como dar por hecho prácticas o acontecimientos relevantes.
- 3 entrevistas vía online (videoconferencia a través de *Skype*) realizadas a individuos a los que se contactó a través de la comunidad virtual (muestreo intencional).

¿Pero por qué 10 entrevistas en profundidad y no un número diferente? Aunque las decisiones muestrales siempre son de gran complejidad, la noción de saturación discursiva (altamente ligada al concepto de representatividad estructural) puede ofrecernos algunas pistas. Pese a que hay que ser cautelosos con dicho concepto, ya que adaptar nociones cuantitativas a enfoques cualitativos es altamente problemático, la saturación estructural (Ibañez. 1979) consiste en tratar de cubrir el amplio espectro de discursos y percepciones sociales presentes entre la población objeto de estudio. De este modo, se fueron sucediendo entrevistas, combinando los ideales de representatividad y saturación estructural³⁴, hasta encontrar que la inclusión de una entrevista adicional no reportaba demasiada información nueva o relevante (en relación a la gran inversión de recursos requerida para su elaboración).

En cuanto al número diferente de entrevistas realizadas a hombres y mujeres (6 frente a 4), honestamente, la razón principal se debe a cuestiones de logística y accesibilidad. Pese a que la idea original consistía en realizar el mismo

³² Valles nuevamente citando a L. Gorden (1975:196 ss) nos recuerda 4 preguntas maestras para seleccionar a los entrevistados, las cuales sirvieron a modo de guía. - 1.¿Quiénes tienen la información relevante? -2. ¿Quiénes son más accesibles física y socialmente? (entre los informados) -3. ¿Quiénes están más dispuestos a informar? (entre informados y accesibles) -4. ¿Quiénes son más capaces de comunicar con precisión? (entre los informados, accesibles y dispuestos).

³³ Los informantes clave fueron contactados a través del trabajo etnográfico de campo en el servidor de *Diablo*.

³⁴ Tenemos que tener claro que los criterios de saturación no son fijos o estáticos. Si los marcos de referencia cambian los criterios de saturación también pueden hacerlo. Por ello se vuelve tan importante explicitar y detallar los marcos de referencia.

número de entrevistas a ambos sexos, la contactación con jugadoras fue sustancialmente más compleja (encontré pocas mujeres jugadoras de *Diablo* que accedieran a ser entrevistadas y cubrieran nuevos perfiles de interés). Sin embargo, pese a que la presencia cuantitativa de mujeres era muy escasa en este juego (cerca al 5%³⁵), las necesidades de representación estructural del público femenino (que no dependen de criterios estadísticos) requirieron prácticamente la mitad de la muestra cualitativa (debido a un especial interés en su figura y las necesidades de saturación estructural). Relativamente poco presentes en el género rol de acción, pero muy activas y tradicionalmente ignoradas, se consideró que merecía especialmente la pena indagar en su perfil garantizando una muestra cualitativa suficiente (de hecho, como se verá más adelante, se dedica una sección en exclusiva a la cuestión de las jugadoras en *Diablo III*).

En cuanto al guión de entrevista en profundidad semi-estructurado (Valles, 1999; Ardèvol et al., 2003), se organizó en torno a tres dimensiones temporales (pasada, presente y futura) que cubrían diversas temáticas de interés directamente vinculadas a los objetivos de investigación, tales como: las primeras experiencias en el ámbito del videojuego, opiniones del entorno del jugador, contextos de juego, usos y prácticas emergentes, identidad, anonimato y subjetividad, estilos de juego, comunidad de jugadores y sociabilidad, metacultura y contenido generado por el usuario, emergencia cultural, influencia del juego en las prácticas de la vida cotidiana, espacio online/ offline (véase anexo documental nº II: guión de entrevista). Siguiendo las recomendaciones de Valles (1999, 2002) y Boellstorff (2012) el diseño implementado se caracteriza por una marcada capacidad de flexibilidad y adaptación. La mediación tecnológica de las entrevistas (Beaulieu, 2004) supone que el curso y devenir de la conversación varíe radicalmente en función del contexto y situación de interacción (es evidente que las condiciones en las que se realiza una entrevista online o cara a cara son notablemente diferentes). De este modo, por ejemplo, en el caso de las entrevistas online, el guión tuvo que ser readaptado y modificado en numerosas ocasiones, para ganar en brevedad y mitigar el cansancio de los entrevistados, dado que la resistencia de los sujetos ante este tipo de vía era sustancialmente menor (las

³⁵ Datos propios de encuesta online (véase anexo nº: 5 Informe de resultados).

entrevistas online generan un mayor agotamiento, siendo más difícil mantener la atención y el interés de los individuos). Como parece evidente, las entrevistas online fueron ligeramente más breves en duración (aproximadamente prolongándose durante unos 45 minutos³⁶).

Por último, el potencial revelador de la entrevista fue mucho mayor de lo esperado. Uno de los aspectos analíticos más interesantes fue descubrir como al realizar y transcribir entrevistas, me iba percatando de que existen varios niveles de escucha que operan simultáneamente en el proceso de trabajo³⁷. Por otro lado, traté de ser especialmente sensible y cauto al tratar de analizar los mecanismos discursivos más sutiles que operan en la interacción. De acuerdo con Martín-Criado (2014) hay que prestar especial atención a las constricciones que condicionan la acción de los sujetos (Goffman, 1963) y que derivan en inconsistencias, ambivalencias e incoherencias. Los individuos tratan de adaptar los discursos para acomodarlos a sus prácticas “*manipulando estratégicamente la reserva de recursos culturales disponibles*” (Martín-Criado 2014: 1). De este modo, dado que los individuos suelen hallarse en tensión, entre prácticas y creencias, conviene preguntarse acerca de las estrategias, argumentos y manipulaciones que emplean para justificar sus acciones (Becker, 2009).

3. Métodos cuantitativos. La encuesta online³⁸.

Para la realización de una encuesta online³⁹, de corte descriptivo y analítico (véase anexo documental nº: 3, diseño de cuestionario), aplicada al

³⁶ Las entrevistas cara a cara solían durar aproximadamente entre 60-80 minutos.

³⁷ Los diferentes niveles de escucha se manifiestan distintamente entre la entrevista que se realiza, la entrevista que se transcribe y la entrevista que se analiza.

³⁸ Parte de la información recopilada en la encuesta ha sido utilizada en una publicación previa (Puente y Fernández, 2014).

³⁹ Ficha técnica encuesta online. Universo: jugadores mayores de 18 años de *Diablo III*. Tamaño muestral: n=959. Muestreo por bola de nieve. Período encuesta activa: La encuesta estuvo disponible para ser rellenada entre el 27 de mayo y el 17 de junio (3 semanas). La encuesta online diseñada fue programada para ser rellenada en diversos dispositivos tecnológicos como ordenadores personales, tabletas o smartphones. Se puede consultar en el sitio web: https://es.surveymonkey.com/s/ encuesta_diablo_hpb.

videojuego de rol de acción *Diablo III* como estudio de caso⁴⁰, se seleccionó un método de muestreo por bola de nieve⁴¹ (Cea D´Ancona, 2004) a través del cual se logró contactar con 959 entrevistados (significatividad elevada) de los que se obtuvo una información muy valiosa acerca del perfil, percepciones, prácticas, usos, hábitos y demás variables sociodemográficas de potencial interés para la explotación y el análisis. La información cuantitativa recopilada se integró satisfactoriamente con los datos obtenidos a través de las técnicas cualitativas de observación y de análisis discursivo, con el fin de lograr una aproximación fecunda, sugerente y de gran profundidad.

Siguiendo las recomendaciones de Cea D´Ancona (2004) el diseño de la encuesta se estructuró en torno a cinco grandes bloques temáticos de baterías de preguntas. Iniciándose el cuestionario con una presentación y una serie de cuestiones sencillas o preguntas rompe-hielo (pensadas para captar la atención y el interés del entrevistado), se combinaron diferentes tipos de escalas, formatos e imágenes para garantizar una encuesta dinámica, atractiva e intuitiva (obsérvese figura 4.4 y anexo n°: 4). La encuesta concluyó con una batería de preguntas sociodemográficas (posicionadas en la parte final por una cuestión de mayor índice de respuesta) para poder realizar los cruces de variables en las fases de análisis y explotación. Adicionalmente es pertinente indicar que el diseño del cuestionario se programó para poder ser rellenado a través diversos dispositivos tecnológicos como ordenadores personales, teléfonos móviles o tabletas, lo que incrementó indudablemente la alta incidencia en la tasa de respuestas. A continuación se ofrece un ejemplo de cómo el cuestionario podía ser completado fácilmente desde un terminal smartphone.

⁴⁰A nivel cuantitativo nuestro análisis de centró en exclusiva en los jugadores del servidor español de *Diablo III*. Los criterios de selección de las unidades muestrales (Cea D´Ancona, 2004) se limitan a haber tenido algún tipo de experiencia directa con el juego (véase anexo documental n° 5: informe resultados encuesta online).

⁴¹ En el muestro por bola de nieve “*las unidades de la muestra van escogiéndose, de forma sucesiva, a partir de las referencias dadas por los sujetos a los que ya se ha accedido*” (Cea D´Ancona, 2004: 172). La muestra va aumentando progresivamente hasta que el investigador decide cortarla por haber alcanzado la "saturación teórica" es decir, cuando la información recopilada empieza a ser redundante.

Figura 4.4. Ejemplo del cuestionario online programado para ser rellenado en dispositivo de telefonía móvil.

The figure displays two screenshots of a mobile survey application. The left screenshot shows the survey title "Cuestionario jugadores Diablo III" and the first question: "1. ¿Hace cuánto tiempo que juegas a Diablo III?". The options are: "Menos de 3 meses", "De 3 a 6 meses", "De 6 a 9 meses", "De 9 meses a un año", "Más de un año", and "Desde su lanzamiento". The second question is: "2. ¿Jugaste a alguna versión previa de la saga Diablo? (marca todas las opciones de respuesta necesarias)". The right screenshot shows questions 16, 17, and 18. Question 16 asks for habitual and favorite game modes (clásico vs. incondicional). Question 17 asks for a category (Cooperativo, Intermedio, Competitivo) and an "Otro" field. Question 18 asks for a ranking of five aspects: "Mejora de habilidades y nivel", "Interacción con otros jugadores", "Exploración del mundo de Diablo III", "Consecución de logros", and "Mejora de equipo y objetos".

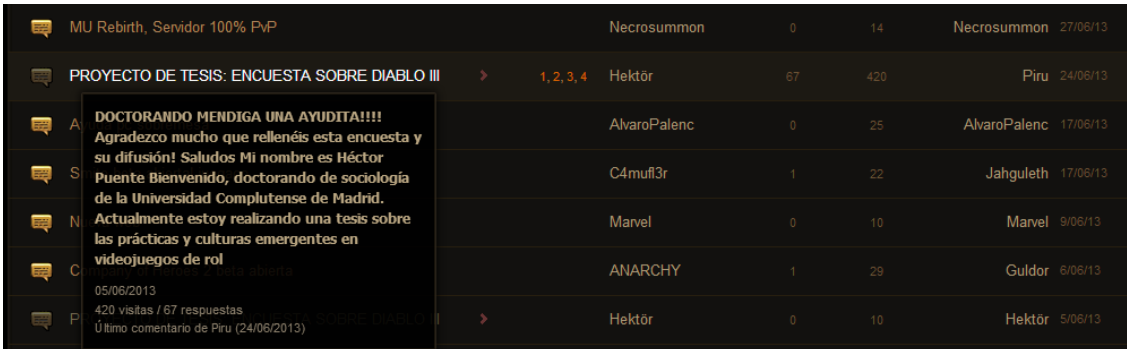
Fuente: propia.

Una vez diseñada y programada la encuesta, se procedió a realizar un pequeño pre-test para comprobar el funcionamiento del cuestionario en el campo. Para ello la propuesta inicial fue enviada a una micromuestra de 75 jugadores, así como a una serie de expertos y académicos⁴², quienes revisaron el cuestionario realizando comentarios e interesantes sugerencias. De este modo, el *feedback* obtenido permitió mejorar y clarificar sustancialmente el diseño del

⁴² Colaboración en el pretest (y en otras fases del proyecto de investigación mediante consejos y asesoramiento) de los miembros del proyecto IMPE (el marco de la investigación Innovaciones Metodológicas para Prácticas Emergentes: Controversias y desasosiegos en torno a lo público/privado (I+D CSO2012-37027)). Forman parte del equipo investigador Amparo Lasén, Elena Casado, Antonio A. García, Juan Carlos Revilla, Rubén Blanco y Laura Cassaín, así como el propio doctorando. Agradezco también la colaboración a la doctora Susana Tosca quien participó en el pretest realizando algunas sugerencias.

cuestionario, introduciendo nuevas temáticas e inquietudes susceptibles de exploración. La incorporación de otras miradas o percepciones enriqueció indiscutiblemente el diseño final empleado. Una vez validado el cuestionario mediante el pretest se procedió a la difusión del mismo a través de redes sociales, foros (sitio oficial de *Diablo III* y foros de temática *gamer*⁴³), así como otra serie de espacios de alta capacidad de impacto y difusión (como revistas especializadas de videojuegos, por ejemplo, Revogamers⁴⁴); lo que derivó en la recopilación de un total de 959 encuestas completadas por jugadores del ámbito español de *Diablo III* (una cifra sorprendentemente alta para un *target* tan específico⁴⁵).

Figura 4.5. Difusión del cuestionario en el foro oficial de *Diablo III*. 420 visitas a la solicitud de rellenado de la encuesta.



Usuario	Replies	Visitas	Fecha
Necrosummon	0	14	Necrosummon 27/06/13
Hektör	67	420	Piru 24/06/13
AlvaroPalenc	0	25	AlvaroPalenc 17/06/13
C4muf3r	1	22	Jahguleth 17/06/13
Marvel	0	10	Marvel 9/06/13
ANARCHY	1	29	Guldor 6/06/13
Hektör	0	10	Hektör 5/06/13

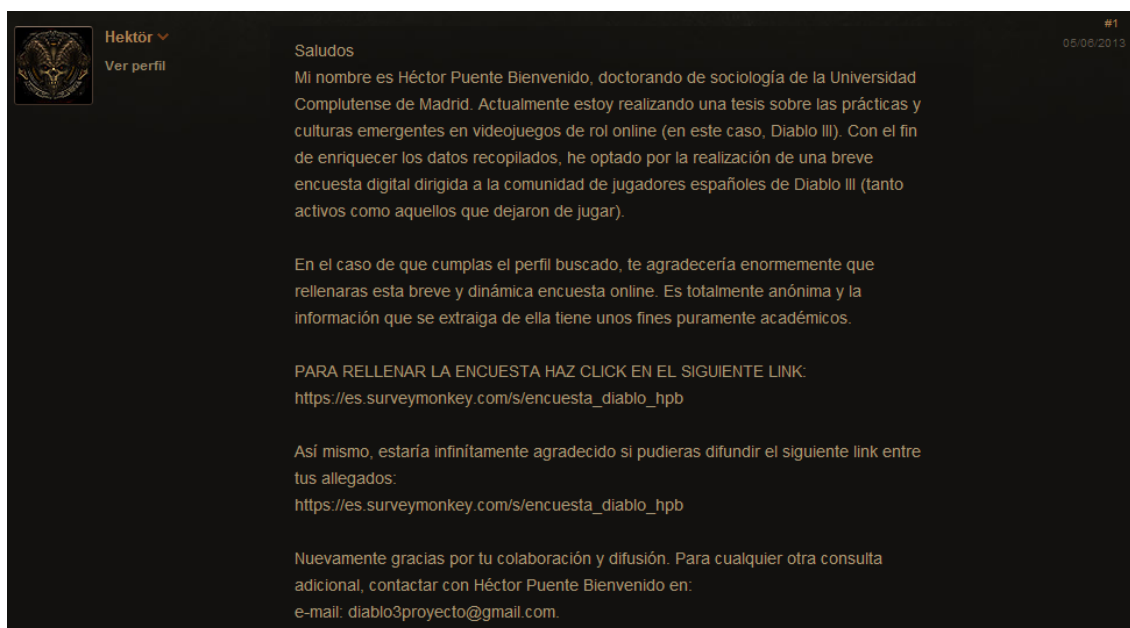
Fuente: foro oficial de *Diablo III* (<http://eu.battle.net/d3/es/forum/4535809/?page=2>).

⁴³ Foros no oficiales de *Diablo III* (<http://www.diablo3-esp.com/foros/>) y foros generalistas de videojuegos (como “el otro lado”: http://www.elotrolado.net/hilo_hilo-oficial-diablo-iii_1049046_s43640).

⁴⁴ Véase: <http://www.revogamers.net/comunidad/arte-ciencia-literatura-35/busco-jugadores-o-ex-jugadores-para-27189/#post546436>

⁴⁵ Para aumentar la tasa de respuestas se utilizaron recordatorios (Cea D’Ancona, 2004) en las diferentes redes sociales utilizadas para la difusión de la encuesta.

Figura 4.6. Difusión del cuestionario en el foro oficial de *Diablo III*. Mensaje de petición de colaboración.



Fuente: foro oficial de *Diablo III*
(<http://eu.battle.net/d3/es/forum/topic/7611231214>).

En cuanto a las cuestiones analíticas, es pertinente clarificar que la gestión de la base de datos online se realizó a través de una consola auxiliar⁴⁶, que permitió que la información recopilada se almacenara en una base de datos a tiempo real. De esta forma, los resultados obtenidos se iban volcando sobre un fichero que facilitaría la futura explotación y tratamiento de la información. Asimismo, es preciso añadir que la encuesta se encontró operativa para ser rellenada durante algo más de un mes de duración (del 27 de mayo al 30 de junio de 2013).

⁴⁶ Como herramienta auxiliar o de apoyo para la gestión de la encuesta se utilizó el servicio de *survey monkey* (<https://es.surveymonkey.com>) para alojar la base de datos.

Figura 4.7. Imagen del resumen de respuestas de la consola que ofrece el servicio de *Survey Monkey*.



Fuente: propia.

Una vez recogidas las respuestas de los 959 entrevistados se procedió a realizar la limpieza y preparación de la base de datos (recodificación de variables y revisión de casos) para una posterior adecuación y tratamiento de la información con el software estadístico SPSS. Posteriormente se procedió a un análisis exploratorio de los datos que derivó en un estudio descriptivo de la población y en una explotación de la información mediante técnicas de análisis multivariante (Peña, 2008; Cea D'Ancona, 1999, 2004, 2012).

4. Algunas reflexiones metodológicas finales.

Una serie de inquietudes y desasosiegos⁴⁷ han acompañado al proyecto durante el proceso de investigación. Preocupaciones y zozobras que de alguna forma han imprimado o condicionado los modos de proceder y enfrentarse al campo.

Al igual que la observación participante en sí misma, el análisis y tratamiento de los datos es altamente emergente y contextual (Bernard 1998; Boellstorff et al., 2012). La aproximación analítica requiere, además, de un riguroso compromiso intelectual íntimamente relacionado con ideas y un ejercicio de trabajo creativo, sistemático, sugerente y provocador. Por otro lado, las labores de análisis realizadas también han supuesto un ejercicio de perspicacia e intuición (cierta “confianza en los instintos”⁴⁸ e hipótesis). Como veremos más adelante, en línea con Mäyrä (2009) y Boellstorff et al., (2012), las consecuencias de este proyecto han supuesto la elaboración de unos resultados culturalmente situados⁴⁹, cuyo valor se encuentra vinculado a los espacios y contextos de observación y recolección.

Una de las principales y constantes preocupaciones ha sido la integración de las distintas herramientas de investigación (Denzin, 1970). De acuerdo con Kozinets (2010), recurrentemente se advierte de los peligros de combinar enfoques cualitativos y cuantitativos (bajo el alto riesgo de que, por ejemplo, la aplicación de la encuesta condicione o desvirtúe el proceso de observación⁵⁰). Sin embargo, la ausencia de enfoques integradores (triangulación) en el ámbito de

⁴⁷ Los desasosiegos no tienen por qué ser percibidos como algo dañino o frustrante. También son oportunidades de reflexión e indicadores de cambio.

⁴⁸ En línea con Boellstorff et al., (2012) el método etnográfico requiere, en cierta medida, confiar en los instintos.

⁴⁹ Véase: (Garfinkel, 1968a). Importancia de la contextualización. “*Analizar la acción en contexto, dado que no solo existe el concepto de contexto en general sino que todo uso de “contexto”, sin excepción, es en sí mismo contextual*” (Garfinkel, 1968a: 19).

⁵⁰ Desde antropólogos hasta diseñadores de videojuegos me han advertido de los posibles riesgos que podría entrañar la combinación métodos cuantitativos con cualitativos dado que la encuesta podría condicionar el proceso de observación (la existencia de una encuesta online puede dar forma o dirigir la atención hacia los aspectos planteados en el cuestionario, pasando por alto otro tipo de información). Sin embargo, en la práctica este tipo de miedos o advertencias parecen más bien infundadas.

los *game studies* (Egenfeldt-Nielsen, Smith, y Tosca, 2012) requiere de aproximaciones más experimentales e innovadoras que propongan nuevas miradas o marcos de interpretación (Goffman, 1974)⁵¹. De hecho, los miedos, advertencias y llamadas a la precaución al combinar métodos de observación con técnicas cuantitativas (como la encuesta online) parecen, en la práctica, más bien infundadas (al menos en la experiencia desarrollada en este proyecto).

Pero, ¿qué motiva a la gente a participar en una investigación? Si el proyecto parece que puede aportar algo a los investigados, éstos se muestran más predispuestos a colaborar. Por ello, se trató de satisfacer no sólo las sensibilidades del investigador, sino también de los sujetos participantes (véanse encuestas o entrevistas en profundidad). En numerosos foros y comunidades online los individuos solicitaban los resultados y conclusiones de la tesis una vez que ésta estuviera finalizada (agradeciendo, además, que se preocuparan por reflejar sus intereses).

“Bueno, ante todo, agradecerte que sigas con estos trabajos, ya que por lo menos hay gente que a personal sí le importa este tipo de juegos y demás aunque otros no lo valoren, así que agradecértelo.” (Entrevista n^o: 8. Hombre, 26 años, Leganés).

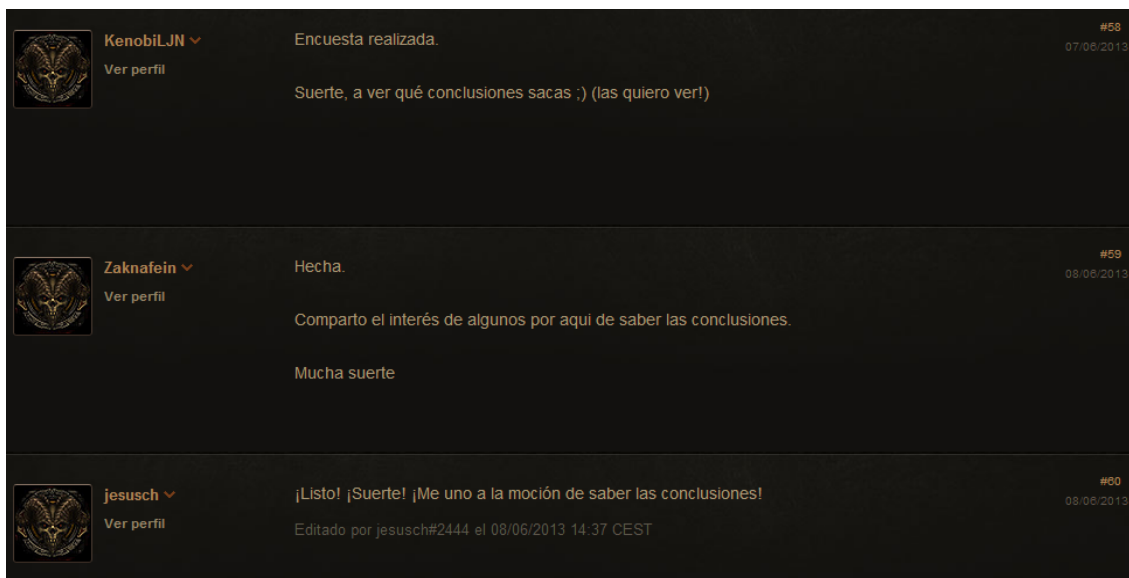
“Y muchas gracias por preocuparte de las jugadoras, que a veces somos las grandes olvidadas, así que ya me mandarás los resultados”. (Entrevista n^o: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

Los resultados no sólo han de ser difundidos en el ámbito académico, sino que es fundamental la divulgación en otras esferas más cotidianas (devolver la información y los resultados a los foros, fans, comunidades...), permeando las barreras tradicionales que dificultan la circulación de conocimiento⁵².

⁵¹ En la práctica, este modo de aproximación resultó más realista (reconociendo las limitaciones existentes). Así mismo, con cualquier metodología te das cuenta de que hay sitios a donde no llegas.

⁵² Así mismo es pertinente reseñar que los distintos análisis serán publicados con licencia libre.

Figura 4.8. Foro oficial de *Diablo III*. Hilo “Proyecto de Tesis. Encuesta sobre *Diablo III*”. Jugadores solicitando las conclusiones y resultados de la tesis.



Fuente: <http://eu.battle.net/d3/es/forum/topic/7611231214?page=4>

Pese a que al principio me vi desbordado por la ingente cantidad de materiales recopilados (diario, entrevistas en profundidad, enorme base de datos, imágenes, vídeos, pantallazos...) es preciso tener claro que no tiene que estar todo en la tesis, sino que hay que centrarse en lo más relevante, ya que es imposible utilizar todo el material acumulado. Por ello, la acotación o delimitación ha sido una tarea clave en el proceso de investigación que no tiene que ser interpretada como una pérdida de información (se ha seleccionado lo más pertinente para la tesis, el resto de materiales y recursos podrá ser utilizado para analizar futuros interrogantes⁵³).

He tratado de ser reflexivo en este capítulo, intentando reflejar los mimbres y mi doble posición como jugador experimentado e investigador, tratando de dar cuenta de que este proceso de trabajo ha sido muy artesanal, riguroso, creativo y dinámico. Y por supuesto abogando por reflejar los “errores” que he cometido, entre otros: excesiva ambición, renuncia a técnicas de investigación (como la autoetnografía o los laboratorios taller), o como expondré,

⁵³ Artículos, presentaciones, talleres...

una posición muy ingenua en el planteamiento de ciertas hipótesis como el sexismo en los videojuegos de rol⁵⁴ (mostrándose en la práctica mucho más patriarcales y heteronormativos de lo que había concebido originalmente⁵⁵).

Por otro lado, aunque el presente proyecto se centra en *Diablo III*, el lanzamiento en marzo de 2014 de una expansión titulada de *Reaper of Souls* es ajena al proyecto. En la medida de lo posible, y dadas las limitaciones derivadas de su aparición fuera del periodo de trabajo de campo, se incorporan algunos aspectos referentes a dicha expansión de *Diablo* a fin de enriquecer las exposiciones y análisis (pero es necesario explicitar que se encuentra más allá del alcance u objetivos iniciales establecidos⁵⁶).

Tal y como hemos visto, más que como un método o herramienta de investigación concebimos la etnografía como una lente⁵⁷, disposición o trabajo artesanal (creativo e interpretativo) que permite aproximarse a un objeto complejo a través de una mirada particular. (Simmel, 1908, 1917; Alonso, 1998; Horst, et al., 2012). En este capítulo he intentado mostrar los mecanismos y resortes internos que han posibilitado la ejecución del proyecto de investigación. Exponer y revelar los mimbres⁵⁸, parece un ejercicio necesario de honestidad y sistematicidad que facilita al lector la comprensión y ayuda al investigador a

⁵⁴ Véase Taylor (2006), Pearce (2006), Corneliussen (2008), Kafai et al., (2010) o Sarkessian (2013).

⁵⁵ Como jugador varón, pese a mis sensibilidades feministas y mi conciencia de la existencia de machismo en el ámbito de los videojuegos, no percibía tan fuertemente las discriminaciones o actos sexistas como hubiese sido una jugadora.

⁵⁶ Se hará referencia en algunos comentarios con el propósito de enriquecer o profundizar cuando sea pertinente, posible y necesario.

⁵⁷ Debemos prestar especial atención a la lente o la mirada bajo la que se produce la interpretación de los datos. La saturación de los marcos no es estática (si cambiamos el marco de interpretación quizás los criterios de saturación cambien). Por eso es necesario explicitar un poco los marcos de referencia, tratar de ser honestos y explicitar nuestra mirada, nuestra manera de interpretar los datos. Entendemos el marco metodológico como un lente, una aproximación particular a la cultura y jugadores de *Diablo III*.

⁵⁸ Explicitar los mimbres, las dificultades, los intentos de aplicar métodos y técnicas experimentales ha sido una labor muy importante. Por ejemplo, durante el proceso de investigación se trató de aplicar autoetnografía (Feliu y Gil, 2007), pero finalmente tuve que renunciar a su uso porque la gran cantidad de recursos y esfuerzos que consumía no compensaban las aportaciones que realizaba en este trabajo. Hay que ser reflexivo en la tesis, quien soy yo, mostrar los mimbres, tu posición, tus errores, la cocina, pues el proceso de investigación es artesanal, creativo y dinámico.

repensar y resituar sus herramientas y técnicas, evitando inercias metodológicas⁵⁹ (Becker, 1995).

⁵⁹ Tendemos a reproducir herramientas, marcos y modos de proceder sin cuestionarnos su utilidad o aplicabilidad a las problemáticas de investigación. Por ejemplo, Garfinkel recomienda dejar de considerar a las racionalidades científicas “*como reglas metodológicas para la interpretación de las acciones humanas*” (Garfinkel, 1968a: 313). La racionalidad científica, como tal, no puede ser un principio metodológico para la interpretación de los sujetos en su vida diaria (es muy preciso buscar otro tipo de aproximaciones a las lógicas de realidad de la vida cotidiana y del sentido común).

CAPÍTULO V:
LOS VIDEOJUGADORES DE ROL.
EXPLORANDO AL JUGADOR/A DE
DIABLO III.

CAPÍTULO V: LOS VIDEOJUGADORES DE ROL. EXPLORANDO AL JUGADOR/A DE *DIABLO III*.

“Es algo que me pone enferma. No se puede hablar de videojugadores, así, como si hubiera un solo tipo de jugadores. Cuando juegas te das cuenta de que hay gente de todo tipo, con todo tipo de circunstancias y todo tipo de características. La sociedad tiende a simplificar y reducir, pero es como si habláramos de tele-espectadores. Hay demasiados tipos y perfiles, y esto que parece tan evidente en otras cosas no lo es tanto en el caso de los videojuegos”.

(Entrevista nº: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

1. El papel de los jugadores y su relación con los videojuegos. Una introducción.

Con impaciencia Miguel espera el fin del día. Por fin, una noche más, se cita delante del ordenador, mientras, enmarcado, su diploma universitario contempla como éste se sumerge en *Diablo*. María y Paco, tras arropar a sus hijas, se olvidan de la oficina y apuran las últimas horas de la jornada para jugar juntos. Mientras Alberto e Imanol intercambian objetos novedosos a través de las virtudes de la mensajería moderna. Sara y su novio deciden abandonar las películas de Woody Allen y la alta cocina para jugar juntos en casa. En cambio, Javier refuta a sus amigos la solución de una estrategia que resultó ser fallida mientras moja sus ganas de victoria en los resultados que su equipo de fútbol ha obtenido en la última jornada. ¿Quién dijo que los videojuegos de rol online eran cosa de unos pocos?

Uno de los objetivos principales planteados en el proyecto de investigación consiste en profundizar en la figura del videojugador/a de rol español, esto es, quién y cómo juega. ¿Sexo?, ¿edad?, ¿frecuencia?, ¿implicación?, ¿estilo de juego?, ¿contexto?... Son sólo algunos de los interrogantes que analizaremos mientras tratamos de desmitificar la figura del jugador de rol online.

En el presente capítulo se ofrece una panorámica de la visión y percepción social de los videojugadores. Este imaginario social es contrastado con la autopercepción de los propios usuarios de *Diablo III* (ya adelantamos que surgirán desasosiegos y desavenencias). Posteriormente, dedico un epígrafe en exclusiva a las videojugadoras de rol, relevantes pero tradicionalmente invisibilizadas (Cassel y Jenkins, 2000; Pearce, 2009; Taylor, 2006; Corneliussen y Rettberg, 2008), donde abordo las cuestiones sexistas en el espacio de interacción. El capítulo finaliza profundizando en los estilos de juego, con el cuestionamiento de las distinciones y categorías existentes de tipos de jugadores, cargadas de inercias¹, y la propuesta de un nuevo modelo de clasificación basado en el compromiso, mucho más fidedigno con la realidad encontrada.

2. Desmitificando al *gamer* rolero. La percepción social de los videojugadores de rol en España.

En la actualidad los dispositivos lúdicos se caracterizan por su ubicuidad, con una fuerte presencia en innumerables prácticas y actividades de nuestro entorno (Hjorth, 2014). Es innegable, por tanto, que los videojuegos han permeado la sociedad española en los últimos años (aplicaciones móviles, videoconsolas, ordenadores, tablets...). Pese a todo, los jugadores aún cargan con una gran losa de prejuicios que dista mucho de la compleja y diversa realidad existente. ¿Cosa de adolescentes con problemas de acné y déficit de sociabilidad? Tal y como señalan Rodríguez et al. (2002), el imaginario colectivo del videojuego está altamente cargado de estereotipos, dominando una visión negativa y parcial de los jugadores del software de entretenimiento. Percibido como una actividad frívola o banal (Dorman, 1997; McVeigh, 2001; Stallabras, 2003) son numerosas las voces que reclaman desmitificar al videojugador. Asociaciones de videojuegos, como la española AEVI², antiguamente aDeSe (2012), figuras respetables de la

¹ Véase: Becker, H. (1995). “El poder de la inercia”, Apuntes de Investigación del CECYP, nº 15, 99-111. (Trad. De “The Power of Inertia” 1995. *Qualitative Sociology* 18 (3): 301-309).

² Asociación Española de Videojuegos (Antigua aDeSe). Véase: <http://www.aevi.org.es/>

industria (Otalora, Sánchez y Dolset, 2011)³ o, por supuesto, reconocidos académicos (Taylor, 2007; Corneliussen y Rettberg, 2008; Pearce, 2009; Egenfeldt-Nielsen, Smith y Tosca, 2012) han realizado un llamamiento para instaurar una percepción social menos estigmatizada y más acorde a la compleja realidad socio-cultural existente.

Tradicionalmente la aparición de nuevos medios lleva implícito el auge de una serie de discursos tecnofóbicos (Lasén, 2006; Hjorth, 2012). Los videojuegos, no siendo una excepción, cargan de este modo con una suerte de *mélange* de clichés y prejuicios que difieren bastante de la realidad. No es la primera vez, durante la realización del trabajo de campo, que alguien me espeta del siguiente modo: “*ah, así que entonces eres un friki de esos de los videojuegos ¿no? Pues no lo pareces*”. Y claro, es bien sabido por todos que un videojugador ha de venir con certificado de autenticidad bajo el brazo. Ante el desconcierto de un halago tan poco acertado se hace patente lo necesario que resulta visibilizar y resituar a los jugadores y dispositivos (así como la cultura *gamer* derivada) que inundan progresivamente nuestra realidad cotidiana (independientemente del interés, casi nadie es ya totalmente ajeno a la realidad del videojuego). Frente a la creencia popular, y al carácter adolescente que se atribuye a los videojugadores (Rodríguez et al., 2002; Taylor, 2007) los datos hablan por sí solos. El perfil del usuario español es muy variado (AEVI, 2011). En primer lugar un cuarto de la población española se declara jugadora habitual⁴, es más, según AEVI (2011) o ISFE⁵ (2012), las cifras de penetración del videojuego en España se encuentran muy levemente por debajo de la media europea (24% media nacional frente al 25,7% de la media continental). A los datos relativos de los jugadores habituales habría que añadir los usuarios ocasionales, una parte muy significativa, especialmente a partir del auge de las aplicaciones móviles. De acuerdo a las cifras de ISFE (2012),

³ Pep Sánchez es director de la afamada revista española de videojuegos Meristation. Ignacio Pérez Dolset es cofundador de U-tad y responsable del mítico videojuego español *Commandos*; Ignacio Otalora es director de Digipen. Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/09/29/navegante/1317321873.html>

⁴ De acuerdo a ISFE (2012), los jugadores habituales son aquellos que juegan al menos una vez por semana.

⁵ Siglas de Interactive Software Federation of Europe. Disponible en: <http://www.isfe.eu/>

en conjunto más de un 40% de los españoles mayores de 15 años juegan a videojuegos (lo que nos situaría nuevamente en el esfera de la media europea).

Figura. 5.1. Gráfico de datos referente a la proporción de jugadores y jugadoras por edad (media europea).

Media EUROPEA	Total Jugadores	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Hombres	54%	80%	67%	55%	40%	28%
Mujeres	43%	61%	49%	44%	34%	27%

Fuente: creación propia a partir de datos de ISFE (2012).

Figura. 5.2. Gráfico de datos referente a la proporción de jugadores y jugadoras por edad (media española).

Media ESPAÑOLA	Total Jugadores	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Hombres	43%	73%	53%	35%	23%	13%
Mujeres	41%	53%	40%	34%	17%	25%

Fuente: creación propia a partir de datos de ISFE (2012).

¿Cosa de varones y adolescentes? El público femenino ya suponía el 41% del total de videojugadores españoles -y creciendo- en 2011 (AEVI, 2011), el hecho de que además se trate una audiencia mayoritaria en géneros como los *social & casual games* probablemente trastoque a más de uno. Pero si a eso le añadimos que la mitad de los videojugadores tiene más de 35 años ya es para quedarse patidifuso (AEVI, 2012).

Examinando más en profundidad los datos mostrados en cuanto a las diferencias con Europa, llama especialmente la atención como la tendencia decreciente existente con respecto a la edad y penetración del videojuego (a mayor edad menor consumo), se incumple en el caso de las mujeres españolas.

Tal y como se observa en la figura 2.2. la última cohorte de féminas seleccionada (55-64 años) prácticamente duplica en penetración a la de los varones españoles (25% frente a 13%), y además es un 68% superior a la cohorte anterior de mujeres (25% frente al 17% del grupo de 45 a 54 años). Por último, es preciso añadir que la tendencia decreciente es mucho más acusada en el caso de los hombres (pasando de un 73% de penetración entre el grupo más joven, a una cifra del 13% en el caso de la última cohorte mostrada, 55-64 años).

A la vista de lo expuesto parece evidente que, aunque frecuentemente no nos percatemos, vivimos rodeados de videojuegos. ¿Quién no ha jugado alguna vez en el metro a aniquilar construcciones disparando pájaros irascibles en *Angry Birds*? ¿A quién no le han mendigado en Facebook alguna vida para *Candy Crush* (ese juego consistente en agrupar caramelos y dulces, con más 500 millones de descargas en un año⁶, o lo que es lo mismo, uno de cada doce habitantes del planeta)? ¿Quién no ha cultivado mazorcas y hortalizas en la granja de *Farm Ville*? Es incuestionable, por tanto, que los videojuegos se han ganado un espacio privilegiado en la realidad socio-cultural que nos rodea, articulando nuestras actividades cotidianas a través de co-presencias (Hjorth, 2014) y reinterpretando los medios clásicos.

En 2009 después de intensas reivindicaciones, el Ministerio de Cultura español reconocía a los videojuegos como industria cultural. Mientras, en 2012, el MoMa⁷ de Nueva York inauguraba su propia colección permanente de videojuegos estrenándose con 14 títulos clásicos (recientemente ha incorporado nuevas adquisiciones a sus fondos). Pese a todo, aún es bastante común encontrar diversas formas de resistencia. Más allá de ciertas reticencias a considerarlos como formas de arte legítimas, los videojuegos son a menudo tildados de infantiloides o adictivos (Rodríguez et al., 2002; Taylor, 2007).

“Y sí había oído mucho hablar del World of Warcraft y de los verdaderos problemas que las personas tenían con el WoW... pues de dejar su vida

⁶ Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/tecnologia/20131126/54394860040/candy-crush-fenomeno-millones-descargas-ano.html>

⁷ Museum of Modern Art (MoMa). Disponible en: <http://www.moma.org/>

social por quedarse en casa jugando al WoW y como...pues pensaba que yo era susceptible de que eso pudiese pasarme, pues los había rehuído la verdad". (Entrevista n^o: 9. Mujer, 23 años, Getafe).

Estos argumentos no se sostienen realmente en datos empíricos (Taylor, 2007). ¿Hablamos de adictos al fútbol? Curiosamente a los medios de comunicación no les parece nada extraño que unos fans hagan colas durante días para ver a su equipo de fútbol favorito (pagando grandes sumas de dinero), pero en cambio, si unos videojueadores se implican especialmente con un juego determinado es porque son unos adictos con disfunciones sociales⁸. Paradójicamente las encuestas revelan que los videojueadores se muestran más activos y satisfechos en sus relaciones sociales que la población media española en general (AEVI, 2011). En cualquier caso parece claro que las interpretaciones de los videojuegos y los jugadores “*se resisten a una lectura plana*” (Rodríguez et al., 2002: 25) o simplificada.

“Considero que tengo una vida muy rica, porque tengo mis amigos que yo denomino de la vida real, y mi familia...a la que veo, a la que tengo mi vida con ellos, con lo que quedo y salgo y tal...Y luego tengo mi vida más online, de gente que he conocido maravillosa por internet, y he conocido a través de los juegos”. (Entrevista n^o: 9. Mujer, 23 años, Getafe).

Pero, ¿Qué opinan de las problemáticas mencionadas los jugadores de *Diablo III*? ¿Consideran que aún existen prejuicios negativos? ¿Se sienten estigmatizados? ¿Cómo articulan las prácticas del juego en su vida cotidiana? Veamos algunos ejemplos de la percepción que tienen los jugadores mencionados a través del análisis de las entrevistas en profundidad realizadas.

⁸ Los miedos o fobias que rodean a las actividades de ocio de los jóvenes actuales (y que pueden ser tratadas como pánico moral por los medios de comunicación), no toman en cuenta que en la mayoría de los casos son bastante semejantes a las que realizaban sus padres o incluso abuelos. Lo que parece revelar, más bien, todo este tipo de controversias, prejuicios y datos es que existen ciertas pasiones y aficiones (como el fútbol) que se encuentran completamente legitimadas (y explotadas comercialmente, políticamente, etc.) mientras que otras no.

“La gente y los videojuegos es que hay gente de todo tipo, porque lo mismo hay gente que lo como toma mal, “eres un friki”, ¿vale? El determinado tema friki por jugar a los videojuegos, en vez de por estar viendo la tele por jugar un videojuego. Pero vamos...”. (Entrevista n^o: 10. Hombre, 25 años, Madrid).

“He jugado bastante con ellos ya sea a juegos multijugador, por así decirlo, o individualmente en casa, la verdad es que forman parte de mi vida, hay que admitirlo. Más allá de que haya gente que...que en la sociedad que no esté tan bien visto y demás, la verdad que sí, forman parte de mi vida” (Entrevista n^o: 2. Hombre, 24 años, Leganés).

“Pues como los informáticos, pues como gente muy friki, sin vida...no sé...”. (Entrevista n^o: 9. Mujer, 23 años, Getafe).

“Bueno, al principio pues como todo el mundo. Nos ven como bichos raros porque jugamos mucho, porque... lo típico. Pero bueno, luego te van conociendo, ven que eres una persona normal y que es un hobby como el que hace muñecos de arcilla. O sea, ahí queda, yo sigo mi vida normal, siendo yo mismo, solo que juego a videojuegos, no afecta”. (Entrevista n^o: 8. Hombre, 26 años, Leganés).

“Yo la verdad es que en mi caso específico, no. Pero sí que he visto, ya sea en clase y demás, algún compañero que estaba muy aislado y que realmente se centraba sólo en su vida...en los videojuegos y demás. Y yo en mi caso específicamente no, pero sí que la verdad que lo he visto cercano y sí, la sociedad la verdad que en muchos casos sí que muestra ese rechazo, ya sea porque no lo entienden, no lo comprenden, no lo comparten...no sé, la verdad aislar a una persona por este motivo...no lo entiendo. (Entrevista n^o: 2. Hombre, 24 años, Leganés).

“Yo creo que la sociedad lo percibe pues como eso...pues como frikis que juega a algo sin sentido. [...]. Pero claro, no entienden la gracia que

puede tener el jugar una y otra vez y otra vez y otra vez todo el rato lo mismo. Entonces eso es difícil de entender para ciertas personas. (Entrevista n°: 9. Mujer, 23 años, Getafe).

“Pues por ejemplo mira, el género rol está mal visto y no por culpa de la gente, sino también de los medios, que están muy viciados, ya sabes eso de que te dicen: “y ¿qué?, ¿vas a salir con una katana un día a matar gente? O cosas así...”. (Entrevista n°: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

Parece claro que a la vista de los jugadores aún persisten una serie de prejuicios con connotaciones negativas, desaprobaciones o sanciones sociales. Los jugadores las tienen en cuenta en las articulaciones y mediaciones de sus interacciones sociales. Sin embargo, tal y como afirman Rodríguez et al. (2002), los videojuegos ya no son cosa de niños o adolescentes, en parte porque una proporción muy significativa de las primeras generaciones de videojugadores (que se criaron con los primeros dispositivos en la década de los 80 y 90) siguen jugando hoy en día. Es muy interesante el hecho de que si cruzamos la edad de los videojugadores (primeras generaciones frente a nuevos *gamers*) con su percepción acerca de los discursos e imaginarios sociales, las visiones varían grandemente. Los jugadores más adultos (que empezaron a jugar cuando eran niños) manifiestan un mayor estigma o percepción social negativa, por dos motivos; en primer lugar, cuando ellos empezaron a jugar hace un par de décadas los videojuegos eran considerados como “infantiloides”, “adictivos” o peligrosos (Bandura⁹, 2001), y en segundo lugar porque hoy en día siguen pensando que es algo propio de niños o adolescentes, mientras que ellos ya son adultos¹⁰. Las nuevas generaciones de jugadores, pese a que aún perciben cierto rechazo (en cualquier caso mucho más sutil), conviven con éste de una manera mucho más “normalizada” e incluso en un número significativo de casos afirman que dichos

⁹ Albert Bandura (1925-), es un célebre e influyente psicólogo canadiense que desarrolló en gran medida la teoría del aprendizaje social en su obra: “Teoría del *aprendizaje social*”(1982). Madrid: Espasa-Calpe. En la cual narra cómo conductas como la violencia son aprendidas por imitación.

¹⁰ Resulta interesante tomar en consideración el hecho de que es una práctica que iniciaron de jóvenes y siguen realizando de adultos, que quizás les suponga la necesidad de justificarse, teniendo en cuenta que una de las maneras principales en que se definen las edades es a través de las prácticas y los usos de tecnologías.

prejuicios empiezan a ser residuales o están comenzando a desaparecer. A continuación se ofrecen algunos ejemplos de citas en las que se explicita cómo ha evolucionado la problemática, un fenómeno que tiende a “normalizarse” y “visibilizarse” en la sociedad española.

“Yo creo que antiguamente cuando me regalaron la SuperNintendo digamos que fue el inicio del boom y la expansión de los videojuegos. Recuerdo que cuando me la regalaron a mí la mayoría de mis amigos ni tenían consola ni habían jugado nunca a una. Y sí que fue un poco un boom para todos y nos enganchó desde el principio. Reconozco que mis padres no tenían mucha idea de los videojuegos y me sorprendió bastante que me regalasen la consola. Yo creo que hoy en día es algo totalmente diferente, que tanto como personas adultas como adolescentes, incluso niños de una corta edad, incluso menos de 10 años, están muy familiarizados con los videojuegos, saben perfectamente qué consolas hay en el mercado, qué tipo de juegos hay y es algo totalmente diferente a mí época cuando era la expansión, por así decirlo, de los videojuegos que salía un poquito más del anonimato”. (Entrevista nº: 6. Hombre, 30 años, Segovia).

“Sí, hombre, yo creo que al principio era una cosa como más, vamos cuando yo empecé en el mundo de los videojuegos era un sector más pequeño, no sé...pues sí, un sector al que jugaba más gente, más niños, por así decirlo, adolescentes y demás. Ahora la verdad, que en la actualidad, se ha como agrandado mucho este mundillo, y es como que juegan más gente de todas las edades, hay muchos tipos de videojuegos adaptados para todo tipo de jugadores ya sean familias, ya sean más mayores más pequeños, esto yo creo que ha alcanzado una dimensión grandísima”. (Entrevista nº: 2. Hombre, 24 años, Leganés).

“Bueno, la sociedad yo creo que a los jugadores, pues hoy en día... yo creo que están mejor vistos. Antiguamente se les veía como unos frikis o unos bichos raros... a los que pasaban mucho tiempo jugando videojuegos. Yo

creo que hoy en día, yo creo que los videojuegos es algo muy extendido y se ve algo más normal. Y yo a los jugadores los percibo pues como gente que tiene un hobby y es una buena forma de pasar el rato y entretenida. Y en la cual también puedes interactuar con muchas personas y así sociabilizarte y conocer a mucha gente”. (Entrevista n^o: 1. Hombre, 31 años, Madrid).

“Pues lo típico, como frikis...como raritos o asociales. Por suerte es algo que parece que está empezando a cambiar”. (Entrevista n^o: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

Otro ejemplo de cómo la evolución en los discursos tecnofóbicos que apelan e invocan a la peligrosidad del juego ha supuesto un cambio en la gestión de la identificación y relación con el dispositivo lo encontramos profundizando en el concepto de “disociación defensiva” de Rodríguez et al. (2002), según el cual los jugadores reconocen la peligrosidad del videojuego (en los demás), pero ellos piensan estar a salvo de sus potenciales daños. Dicho de otro modo, podríamos decir que tendemos a vernos a nosotros mismos como normales, mientras a menudo cargamos de prejuicios al asocial, al raro, al enganchado, al individuo que a día de hoy denominaríamos *freak*, con el fin de subrayar nuestra “normalidad” y diferenciarnos de éstos. Por ejemplo, de acuerdo con Rodríguez et al., (2002) en 2002 tan sólo un 9,8% de los jóvenes españoles mostraban una imagen favorable de los videojuegos, pero paradójicamente el 58% afirmaba jugar con frecuencia. Frente a la situación de la década pasada, la situación actual ha variado cualitativamente¹¹. Hoy en día, parece que los jugadores de rol de *Diablo III*¹² ya no tratan de diferenciarse o distanciarse, haciendo uso de las estrategias de diferenciación expuestas, sino que al contrario se reconocen como *frikis* o jugones, y lejos de percibirlo como un aspecto negativo, tal y como se ha expuesto

¹¹ Algunos datos interesantes respecto a la percepción social de los videojuegos los encontramos en el estudio “Los videojuegos en las aulas” (aDeSe, 2012b) donde se afirma, por ejemplo, que el 79% de los docentes españoles de educación primaria reconoce que los videojuegos son herramientas útiles para el aprendizaje (favoreciendo habilidades cognitivas, psicomotoras y capacidades personales). Al mismo tiempo el 92% de los padres aprueba su uso como herramienta educativa mientras que el 72% de los niños entre 5 y 12 años juega regularmente.

¹² Conclusiones extraídas a partir de mi propio trabajo de campo.

en las citas mostradas, los jugadores gestionan su condición de videojugador como algo normal o incluso positivo y merecedor de orgullo.

“Pero yo precisamente como persona gamer, y persona friki, yo sí me considero friki a mí misma, de muchas cosas además. Considero que tengo una vida muy rica” (Entrevista n^o: 9. Mujer, 23 años, Getafe).

3. La diversidad de jugadores. Una perspectiva del videojugador/a de *Diablo III*.

Los limitados datos referentes a los videojugadores españoles (y que se encuentran disponibles en estudios realizados por órganos como AEVI o ISFE), no se hallan segmentados –entre otros- por géneros de videojuegos (tales como el rol o plataformas). Ante la evidencia manifiesta de que los perfiles de jugadores varían sustancialmente entre temáticas de videojuegos (Egenfeldt-Nielsen, Smith, Tosca, 2012) la realización de una encuesta específica a jugadores españoles de *Diablo III* contribuye a la profundización del saber en el campo. Esta encuesta puede arrojar un poco de luz y ayudar a la comprensión del complejo, difuso y entrelazado panorama o *puzzle* de los videojugadores españoles.

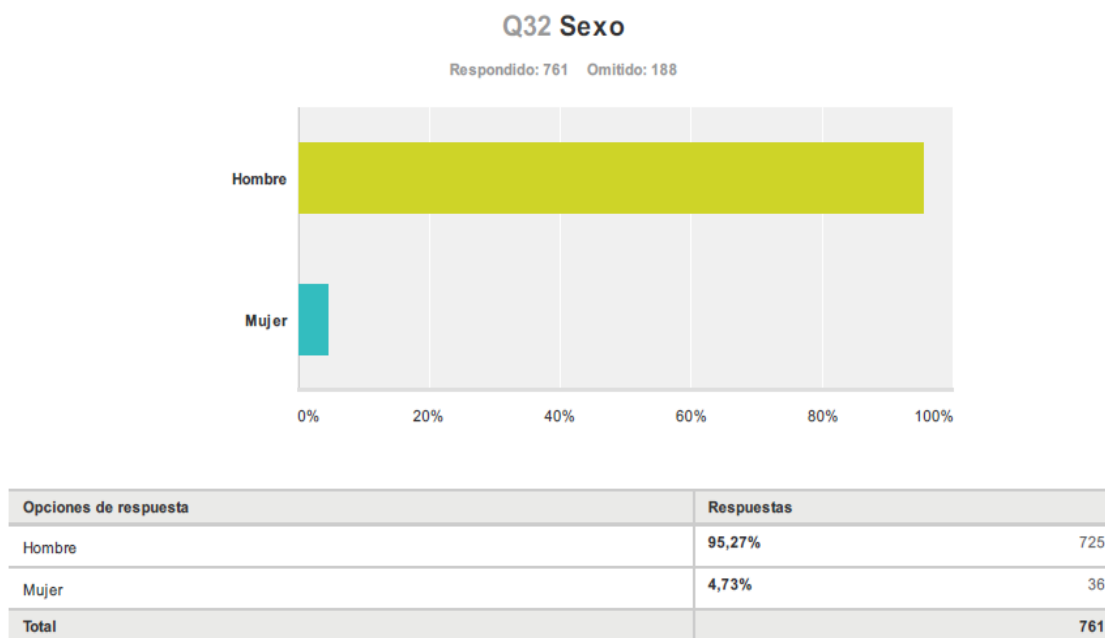
En este epígrafe se ofrece una visión general de los videojugadores de corte sociodemográfico, para posteriormente centrarnos en cuestiones más específicas referentes a la relación de los jugadores con el dispositivo.

3.1. El perfil sociodemográfico del jugador/a de *Diablo III*

Los datos más recientes relativos a la proporción de jugadores y jugadoras en el ámbito español revelan un 59% de presencia de varones, mientras que las mujeres representaban el 41% del total de los videojugadores nacionales en 2011

(AEVI, 2011)¹³. Sin embargo, ¿son dichos datos extrapolables a lo que ocurre en el género rol? ¿Se mantiene una proporción similar entre sexos en *Diablo III*? O por el contrario, ¿el hecho de que se trate de un género diferente repercute en un perfil diferenciado? Como veremos a continuación los datos proporcionales resultantes entre sexos son muy diferentes cuando se segmenta por temáticas de videojuegos, en este caso para el género rol. ¿Pero entonces, cuál es el peso proporcional de hombres y mujeres en *Diablo III*?

Figura. 5.3. Gráfico de datos referentes a la proporción de jugadores y jugadoras sobre el total¹⁴.



Fuente: propia (encuesta). Pregunta 32 (véase anexo: Informe de encuesta).

Según los datos de nuestra encuesta¹⁵ el porcentaje de mujeres jugadoras en *Diablo III* tan sólo roza el 5%. Resulta complejo explicar una diferencia tan

¹³ Véase: Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento, aDeSe (AEVI). (2011). Anuario de la industria del videojuego. [On Line]. Disponible en: http://www.adese.es/index.php?option=com_mtree&task=att_download&link_id=60&cf_id=30

¹⁴ Nótese sobre el total de respuestas (761 respondentes frente a 188 omisiones).

¹⁵ Los datos obtenidos en la encuesta de *Diablo III* referentes a la pequeña proporción de mujeres en el género rol respecto a otros géneros parece coincidir con los hallazgos de Pearce (2009) en su análisis de *Uru Online*.

considerable entre el porcentaje de videojugadoras españolas en general y lo que ocurre con la población objeto de estudio. ¿Pero cómo es posible que la proporción de jugadoras en *Diablo III* sea tan baja en comparación con otros géneros? Una de las razones principales encontrada es que consiste en una temática que aún se asocia fuertemente a ciertos roles adscritos a la masculinidad (Cassel y Jenkins, 2000; Pearce, 2009; Corneliussen y Rettberg, 2008, Kafai *et al.*, 2008), y que colisiona conflictivamente con los actitudes asociadas a las nociones de feminidad, generando todo tipo de desasosiegos y malestares entre las jugadoras, especialmente durante las primeras etapas de gestión de las prácticas de juego. Sin embargo, una vez que las videojugadoras ritualizan sus actividades lúdicas (Goffman, 1967, 1979), éstas se transforman en prácticas más cotidianas y la gestión o articulación del conflicto es mucho menos problemática y/o conflictiva (véanse citas un poco más abajo). Asimismo, si nos quedamos en una mera lectura de los datos cuantitativos todo parecería indicar la existencia de una brecha digital de género, sin embargo, se evidenció que lo está ahí realmente operando es una diferencia en el interés o prácticas. El número de jugadores y jugadoras en este juego muestra diferencias en cuanto a gustos e intereses pero no es un caso de brecha digital, ya que no se trata de desigualdades de acceso a las tecnologías implicadas (videojuegos, ordenadores, plataformas, Internet, etc.). De este modo, más que hablar de la existencia de una brecha digital de género en *Diablo* (lo que implicaría una desigualdad en el acceso¹⁶) se evidenciaría la existencia de una diferencia de género en el interés o la gestión de las prácticas y actividades de juego derivadas de los prejuicios y comportamientos esperados (Goffman, 1979) asociados al género rol.

“Y pues por ejemplo... mis amigas piensan que los juegos de rol...pues...y bueno, perdón por la expresión, es una cosa de tío, gordo, friki y virgen”. (Entrevista n°: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

“Sí, alguna vez me ha pasado, sobre todo, con...pues gente que pues no te

¹⁶ Donde sí se han encontrado ciertas desigualdades en las posibilidades de acceso ha sido explorando las diferencias entre los entornos urbanos y rurales. Por ejemplo, algunos entrevistados explicitan que tienen ciertos problemas para jugar en su pueblo o región porque existen graves problemas de conectividad. Otro ejemplo citado sería el caso de los ciber-cafés en áreas rurales que pagan a compañías telefónicas para que les instalen conexión por cable (facilitando sustancialmente la práctica de juego).

conoce, sobre todo hombres que les sorprende...más que les extrañe, en sentido de “Uy, videojuegos de qué se tratará.”... Sino “uy, una chica que juega” ¿Sabes? En ese sentido, pero por lo general no, yo creo que ahora, por lo menos mi entorno y la gente que yo conozco...como que lo entiende perfectamente, que ya es algo supercotidiano”. (Entrevista n°:3. Mujer, 25 años, Madrid).

“A ver, aunque ha cambiado mucho...bastante diría...yo creo que está claro que todavía parte la sociedad piensa que los videojuegos de rol son algo de chicos, ocio de hombres, y no algo esperable de una mujer...no sé, yo creo que aún hay gente que lo percibe así, y sobre todo en el caso del rol” (Entrevista n°: 9. Mujer, 23 años, Getafe).

“Pues que la sociedad piense eso, tu entorno...que es cosa de hombres, asocial...pues te genera algún que otro reparo o conflicto. Sobre todo al principio, que te da un poco de vergüenza decir que eres mujer y juegas a videojuegos, y nada menos que a videojuegos de rol.” (Entrevista n°: 7).

En cualquier caso, dada la relevancia sociológica de la problemática expuesta, y aspirando a contribuir a la visibilización y desmitificación de las jugadoras en la temática rol, el próximo epígrafe trata de las cuestiones relativas a las mujeres en *Diablo III*¹⁷.

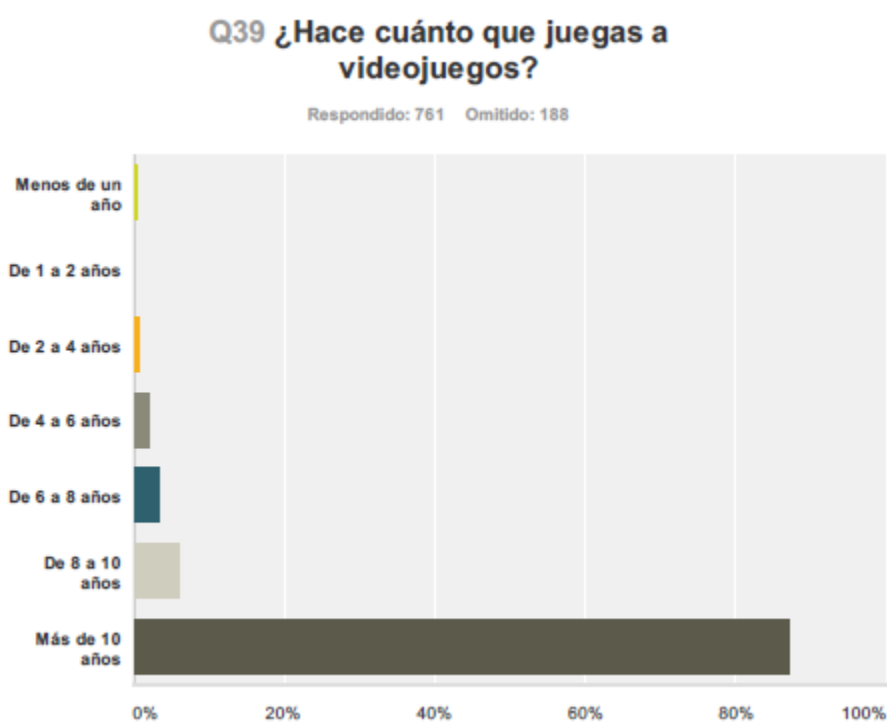
Contrastando, nuevamente los datos de este estudio con lo que ocurre con otras temáticas de videojuegos, vemos que la edad y las experiencias previas con los videojuegos son variables clave a la hora de explicar y comprender las relaciones y prácticas con los dispositivos lúdicos. Los jugadores encarnan e inscriben (Foucault, 1982) sus experiencias y afectividades previas con el juego¹⁸, y esto es fundamental a la hora de abordar las relaciones con los artefactos

¹⁷ Véase epígrafe III.II. “Cuestión de género. Las jugadoras en *Diablo*”.

¹⁸ Por ejemplo, la experiencia previa con otros juegos genera una serie de identidades *gamer*, prácticas y afectividades que improntan la subjetividad de los jugadores. Cuando un jugador experimentado accede a *Diablo* sus marcos de interpretación (Goffman, 1974) difieren enormemente de la percepción de jugadores novatos.

tecnológicos. Las primeras generaciones de jugadores han inscrito en sus cuerpos (de manera diferenciada) una serie de experiencias y afectividades que articulan y condicionan sus prácticas e interacciones en los espacios performativos (por ejemplo, identificaciones con los arquetipos clásicos de *gamer*). Por otro lado, es interesante cómo, paralelamente, los jugadores configuran y conforman marcos de experiencia y rituales de juego (Goffman, 1967) que les permiten interpretar, estructurar y ordenar las acciones desplegadas en los distintos escenarios. Asimismo, dichos marcos de experiencia (Goffman, 1974) y repertorios compartidos por la comunidad (Garfinkel, 1968a; Tosca, 2003;) no surgen espontáneamente de la nada, sino que también son influenciados e importados de otros videojuegos, especialmente los de género rol, y de las culturas más amplias donde éstos se practican y desarrollan. Pero, ¿qué porcentaje de jugadores de *Diablo III* tiene experiencias previas con otros videojuegos y títulos de la saga? ¿Qué consecuencias se derivan de la presencia de jugadores experimentados? A continuación se ofrecen una serie de gráficos muy ilustrativos que nos serán de utilidad para responder a dichas cuestiones.

Figura. 5.4. Diagrama de barras experiencia previa con los videojuegos (muestra general hombres y mujeres).



Opciones de respuesta	Respuestas
Menos de un año	0,53% 4
De 1 a 2 años	0,13% 1
De 2 a 4 años	0,66% 5
De 4 a 6 años	2,10% 16
De 6 a 8 años	3,42% 26
De 8 a 10 años	6,04% 46
Más de 10 años	87,12% 663
Total	761

Fuente: propia (encuesta). Pregunta 32 (véase anexo: informe de encuesta).

En primer lugar, a la vista de los datos recopilados, observamos que un 87,12% de los jugadores encuestados de *Diablo III* serían consumidores y practicantes de videojuegos desde hace más de 10 años. Pero si a este grupo le agregamos los usuarios que poseen una experiencia comprendida entre 8 y 10 años, concluimos que un 93,16% del total de la muestra habría consumido y practicado videojuegos desde hace más de 8 años. De este modo, una casi totalidad de los jugadores de *Diablo* encuestados mantiene una relación experimentada con el dispositivo mencionado, tan sólo el 1,32% de la muestra tiene una experiencia inferior a 4 años en el mundo de los videojuegos. Estos jugadores no son sujetos ajenos a la realidad del videojuego una vez que se sumergen en *Diablo*, sino que por el contrario, como muestra la observación participante, se evidencia la presencia de afectividades y estigmas, así como de marcos y repertorios de interpretación previamente configurados, que rearticulan las prácticas y experiencias de juego.

También es muy clarificador e interesante cruzar los datos de experiencia previa con los videojuegos (en años) segmentando la muestra por sexo (figura 5.5). A través del uso de una variable filtro (que selecciona únicamente a las jugadoras de *Diablo*) se han cruzado los datos de las usuarias con la información relativa a los años de experiencia en videojuegos, a fin de contrastar los datos respecto a la muestra general de videojugadores, que toma en cuenta tanto a hombres como a mujeres.

Figura. 5.5. Diagrama de barras experiencia previa con los videojuegos, muestra exclusiva de videojugadora).

Tiempo experiencia videojuegos mujeres

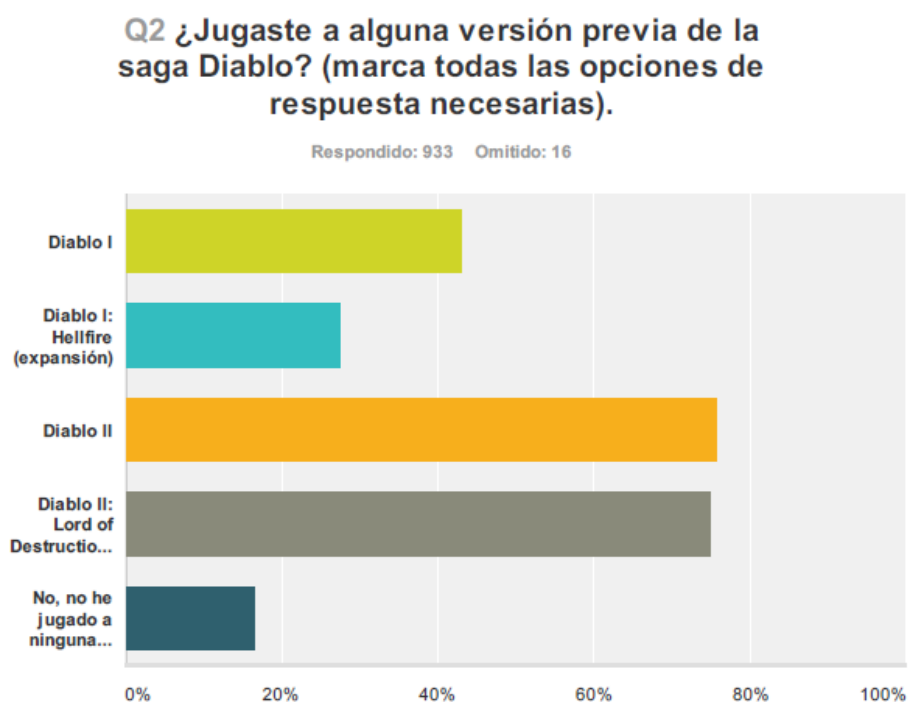
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos De 2 a 4 años	1	2,8	2,9	2,9
De 4 a 6 años	4	11,1	11,4	14,3
De 6 a 8 años	7	19,4	20,0	34,3
De 8 a 10 años	4	11,1	11,4	45,7
Más de 10 años	19	52,8	54,3	100,0
Total	35	97,2	100,0	
Perdido Sistema	1	2,8		
Total	36	100,0		

Fuente: propia (encuesta). Pregunta 32 cruzada con sexo (véase anexo: informe de encuesta).

En las dos tablas arriba mostradas (figuras 5.4 y 5.5) se revelan grandes diferencias respecto a las distribuciones de frecuencias mencionadas. Se derivan dos conclusiones principales. Por un lado, los datos resultantes muestran una incorporación más tardía de las mujeres al mercado de los videojuegos de género rol, frente a la muestra general, donde un 93,13% de los videojugadores tiene más de 8 años de experiencia, tan sólo un 63,9% de las jugadoras cumple dicho requisito. Por otro lado, los datos parecen indicar que, frente a la creencia popular, es un género que también arrastra a jugadoras experimentadas, de hecho éstas son una amplia mayoría, desmontando de este modo otro de los estereotipos atribuidos a las mujeres, y es que frente a lo comúnmente pensado, su compromiso y fidelidad con el género rol es también bastante alto una vez que se introducen y han tenido sus primeras experiencias (Pearce, 2009). Asimismo, la cada vez más temprana incorporación de las mujeres a la práctica del videojuego probablemente tienda en un futuro a aumentar el peso porcentual sobre el total de la población de las videojugadoras más experimentadas, tendiendo a una equiparación progresiva entre ambos sexos.

Respecto al tiempo de uso y experiencia en la saga de *Diablo*, la siguiente figura (5.6) muestra gráficamente los distintos porcentajes de videojugadores que han tenido experiencias previas con alguno de los títulos anteriores de la saga.

Figura. 5.6. Diagrama de barras de experiencia previa con otros dispositivos de la saga *Diablo*.



Opciones de respuesta	Respuestas
Diablo I	42,98% 401
Diablo I: Hellfire (expansión)	27,55% 257
Diablo II	75,67% 706
Diablo II: Lord of Destruction (expansión)	74,81% 698
No, no he jugado a ninguna versión previa de Diablo.	16,51% 154
Total de encuestados: 933	

Fuente: propia (encuesta). Pregunta 32 (véase anexo: informe de encuesta).

Lo primero que llama la atención de la figura 2.4 es que el 83,49% de los usuarios de *Diablo III* ha jugado previamente a alguno de los títulos anteriores diseñados por la compañía (especialmente *Diablo II*, donde más de tres cuartas

partes de la comunidad en activo ha tenido algún tipo de actividad o experiencia previa). Por otro lado, pese a que el lanzamiento de *Diablo I* se produjo hace más de 18 años, es muy significativo que a día de hoy casi un 43% de los usuarios vigentes de *Diablo III* haya jugado en alguna ocasión al primer título de la popular saga (*Diablo I*). Sin embargo, esto no quiere decir –ni mucho menos– que dicho porcentaje de usuarios empezaran a jugar hace casi dos décadas, sino que, además de este tipo de jugadores tan fieles, que han estado de alguna manera vinculados durante todo este tiempo a *Diablo*, los lanzamientos posteriores han fomentado que nuevos jugadores hayan optado por jugar a lanzamientos pasados para empaparse de la esencia de la saga, así como extender sus prácticas más allá del juego concreto en sí. Por tanto, todo parece indicar que las prácticas y performatividades de juego no serían, en ningún caso, lineales; sino que responderían a otras lógicas de tipo más reticular en las que los videojuegos se mueven entre distintos dispositivos y espacios (Hjorth, 2014), rescatando y reconstruyendo prácticas, subjetividades y artefactos presentes y pasados.

Continuando con el análisis de la figura 2.4. en lo referente a la cuantía de jugadores de cada título, se evidencia que en el caso de *Diablo* las expansiones¹⁹ lanzadas para extender las experiencias de juego (ampliaciones de los lanzamientos) tienden a tener un impacto menor en cifras de jugadores que los títulos originales (dicho fenómeno se manifiesta con mucha más claridad en el caso de la expansión de *Diablo I*, titulada *Hellfire*).

En cuanto a la experiencia directa de juego en *Diablo III*, más de dos tercios (67,13%) de los jugadores en activo (a fecha junio de 2013) afirmaban haber jugado a *Diablo III* desde el momento de su lanzamiento (mayo de 2012). Por otro lado, es muy revelador observar el hecho de que cuando cruzamos dichos datos con la experiencia pasada con otros títulos de la saga se observa una fuerte tendencia (o asociación) entre haber adquirido el juego en el momento de su lanzamiento y tener experiencias previas de interacción con títulos pasados. Sin embargo, el peso de jugadores sin experiencias precedentes es mucho mayor en el grupo de individuos que adquirieron el juego con bastante posterioridad a la

¹⁹ Véase capítulo II, epígrafe II.II. Diablo III en contexto (expansiones).

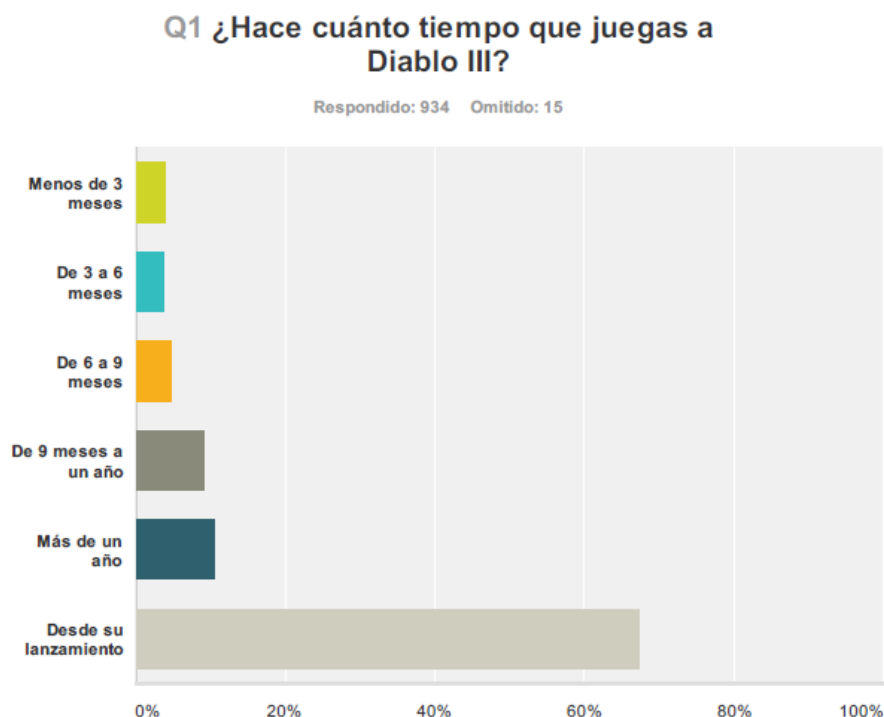
fecha de lanzamiento, hallándose una diferencia porcentual de 21 puntos entre ambos grupos. ¿Pero a qué se debe dicho fenómeno? Los usuarios que no habían jugado a títulos precedentes de la saga afirman haberse iniciado al juego a través de recomendaciones o presiones de terceros (por ejemplo, familiares o amigos), de tal modo que no se compraron el juego hasta unas semanas o meses después del lanzamiento inicial, siendo por el contrario los fans de la saga los que se compraron el juego desde un inicio.

“Pues mira, esto empezó... [...] lo conocí gracias a algún amigo que ya la tenía, algunos amigos que ya lo tenían en casa y tal, y alguna vez que iba a su casa y eso, pues empecé a jugar un poquillo y luego me lo regalaron mis padres, no recuerdo si para algún cumpleaños, alguna navidad o...y demás”. (Entrevista n°: 2. Hombre, 24 años, Leganés).

“Con respecto a Diablo...pues a ver...yo he de reconocer que mi experiencia con el Diablo I y II es muy limitada, con el I te diría que casi inexistente, más allá de jugar unos ratejos libres. No me llamaba especialmente la atención. Ya al Diablo II sí que jugué algo más principalmente a raíz de que algunos amigos míos jugaban en los cibernets que tan de moda estaban a principios del 2000. Y allí pues eso...nos reuníamos y partidas en cooperativo”. (Entrevista n°: 4. Hombre, 26 años, Vigo).

El análisis exploratorio de los datos (en combinación con la información obtenida a través de las entrevistas y observación) muestra que a medida que el jugador o jugadora lleva más tiempo jugando al videojuego tiende más a la ritualización (Goffman, 1967, 1979). De este modo, se observa una tendencia a ritualizar y normativizar las prácticas y hábitos de juego (en el próximo capítulo mostraré cómo los jugadores de sienten más cómodos en la cotidianeidad). La falta de experiencia y prácticas ritualizadas se experimenta como ciertamente caótica, incómoda y desarraigada. Por otro lado, lo informal y lo ritual disciplinan y organizan las prácticas de los jugadores, rearticulando, a su vez, lo considerado como formal y organizado

Figura. 5.7. Diagrama de barras que muestra el tiempo de práctica en *Diablo III*.



Opciones de respuesta	Respuestas
Menos de 3 meses	4,18% 39
De 3 a 6 meses	3,96% 37
De 6 a 9 meses	4,93% 46
De 9 meses a un año	9,21% 86
Más de un año	10,60% 99
Desde su lanzamiento	67,13% 627
Total	934

Fuente: propia (encuesta). Pregunta 32 (véase anexo: informe de encuesta).

Asimismo, las alteraciones o perturbaciones de las convenciones y marcos en los juegos (Huizinga, 1954; Garfinkel, 1968a) son especialmente sancionadas por los jugadores más experimentados, quienes tienen más interiorizados los mecanismos de interacción y performatividad. De este modo, las diferentes

metáforas goffmanianas de interacción (drama²⁰, rito²¹, juego²² y marco²³), se despliegan y operan simultáneamente (Lemert y Branaman, 1997) pese a que sus manifestaciones y resultados varían grandemente en función de la experiencia previa con el juego.

A modo de conclusión, la información mostrada hasta el momento (derivada del trabajo de campo), evidencia cómo los jugadores han acumulado y mantenido relaciones y experiencias previas en sus prácticas con los dispositivos lúdicos (Hjorth, 2011). Transportando y migrando, de este modo, marcos de experiencia y repertorios compartidos por la comunidad que contribuyen en la generación de la cultura de juego de *Diablo III* y que median (Latour, 1994), al mismo tiempo, las interacciones (ritualizadas) que se despliegan en los actos lúdicos y performativos.

3.2. Desmitificando al jugador/a de *Diablo III*. ¿Un asunto de niños?

Según la Asociación Española de Videojuegos (AEVI, 2011) la media de edad del usuario español, para una población mayor de 15 años, se sitúa en los 32 años. Por su parte, la media europea se sitúa en los 33. Pero, ¿ocurre lo mismo cuando se trata de un juego de género rol? ¿Son extrapolables los datos medios no segmentados? Analizando el caso de *Diablo III*, los datos arrojados por la encuesta revelan la existencia de grandes diferencias respecto a la edad. En primer lugar, para llevar a cabo una comparación entre los datos medios disponibles es necesario, durante la realización del cálculo, excluir a los jugadores menores de 15 años²⁴, dado que los datos ofrecidos por AEVI no incluían a dichas cohortes. Tal y como se observa en la figura 5.8, la edad media de los

²⁰ Metáfora del drama o teatral. Véase: Goffman, E. (1959). La presentación de la persona en la vida cotidiana, Buenos Aires, Amorrortu.

²¹ Metáfora del rito. Véase: Goffman, E. (1979). Relaciones en público. Micro estudios de Orden Público, Madrid, Alianza Universidad.

²² Metáfora del juego. Consúltese: Goffman, E. (1961). Internados: Ensayos sobre la situación social de los enfermos mentales. Buenos Aires: Amorrortu editores.

²³ Metáfora cinematográfica del marco. Véase: Goffman, E. (1974). Frame analysis: An essay on the organization of experience, Londres, Harper and Row.

²⁴ De un total de 757 respondientes tan sólo uno de los entrevistados era menor de 15 años (con 12 años de edad). Por lo que únicamente se excluyó a un individuo de la muestra.

videojugadores de *Diablo III*, excluyendo a los menores de 15 años, se sitúa en los 26,69 años de edad, frente a los 32 años que se desprenden de los datos ofrecidos por AEVI (2011) y que incluyen a videojugadores de todos los géneros.

Figura. 5.8. Estadísticos descriptivos referentes a la edad de los videojugadores de *Diablo III* (excluidos de la muestra los casos menores de 15 años).

Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Edad	756	15	51	26,69	5,956
N válido (según lista)	756				

Fuente: salida de SPSS a partir de datos de encuesta propia.

Pero qué motivos explican que la media de edad de los videojugadores de *Diablo III* sea menos elevada que la que se manifiesta en otros géneros (una diferencia media superior a 5 años). En primer lugar, los datos medios referentes a la edad de los videojugadores son muy diversos en función del género, y en algunos de ellos, como los *social* y *casual games* el perfil del jugador suele tener una edad más avanzada (ISFE, 2012). El auge de las redes sociales y las aplicaciones móviles lúdicas (como *Angry Birds* o *Candy Crush*) ha permitido que numerosas cohortes de hombres y, especialmente, mujeres accedan al mercado de los videojuegos aumentando la edad media del perfil del consumidor (en cambio, el género de rol multijugador suele requerir de la disponibilidad de un ordenador potente o videoconsola dificultando el acceso a un mayor rango de público²⁵ no tradicional). Asimismo, la persistencia de estigmas referentes al género rol también es más acusada entre los jugadores de edad más avanzada.

²⁵ De este modo, el género rol multijugador suele implicar la posesión de un dispositivo PC o plataforma de juego que es mucho más frecuente entre jugadores de edad no tan avanzada.

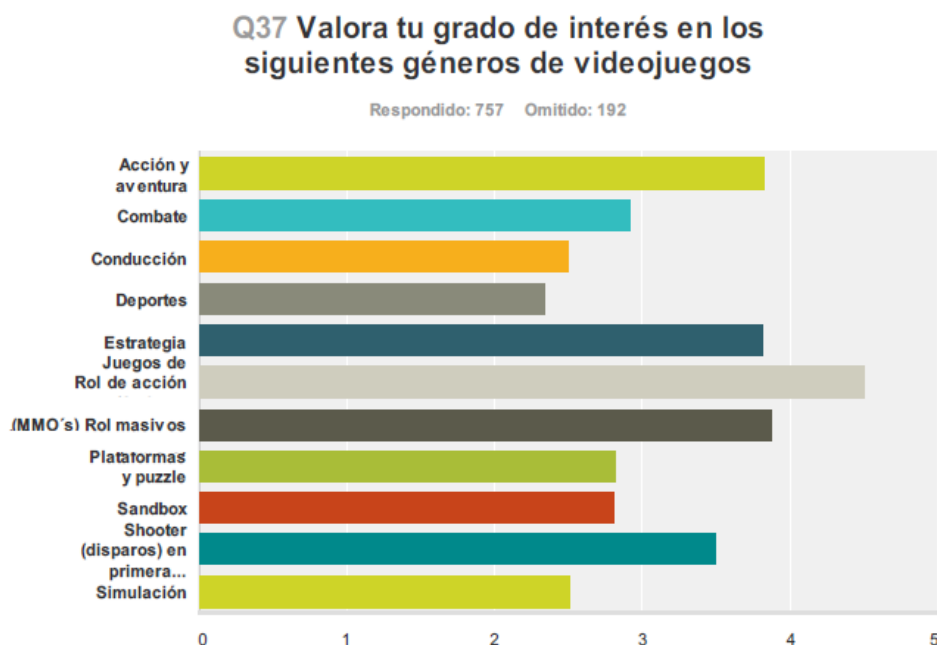
Sin embargo, cuando incluimos a los jugadores menores de 15 años en nuestro cálculo, la media de edad de los usuarios de *Diablo III* apenas sufre variaciones (se reduce en tan sólo un año, pasando a los 25), lo que implica que su presencia en este juego sería relativamente limitada (su inclusión no reduce de una manera significativa la media de edad). Entonces, ¿qué explica que apenas haya jugadores en edad infantil o pre-adolescente en *Diablo III*? En primer lugar, el propio juego no está recomendado para menores de 16 años (PEGI +16), por otro lado, los datos y conversaciones con los jugadores revelan que la antigüedad de la saga (primer título estrenado en 1996) opera como un mecanismo que desincentiva a los jugadores más jóvenes a jugar a *Diablo III* (por desconocimiento de la historia e impacto previo). De hecho, un 70,2% de los jugadores actuales de *Diablo III* había jugado previamente a alguno de los títulos anteriores de la saga antes de comprarse *Diablo III*²⁶ (lo que también explicaría parcialmente que el rango de edad a partir del que se empiezan a encontrar jugadores sean los 15 años, porque en edades más tempranas habría sido más complicado que hubieran sido influenciados por el fenómeno *Diablo* o que los amigos que les hayan podido introducir también lo hubieran hecho). De este modo, apoyando los hallazgos encontrados por otros autores como Pearce (2009), otro de los mitos más extendidos en torno a los jugadores de rol (perfil de jugador infantil o adolescente) quedaría nuevamente en entredicho. Por tanto, todo parecería indicar, que los videojuegos de rol no serían, ni mucho menos, una cosa de niños o adolescentes (pese a que la edad media de sus jugadores está por debajo de la edad media de los videojuegos de todos los géneros en conjunto).

3.3. Ahondando en la variedad de perfiles. Interés en otros géneros, inversión en videojuegos, disponibilidad de plataformas y ocupación actual.

²⁶ Aunque también hay un pequeño porcentaje de jugadores (29,8%) que empezaron a jugar a *Diablo III* sin haber jugado previamente a ninguno de los títulos anteriores de la saga.

Tal y como expuse en el capítulo II²⁷, resulta altamente problemático y complejo tipificar o “etiquetar” a los jugadores y jugadoras de rol en categorías férreas y excluyentes. Los jugadores de rol también se encuentran muy interesados en otro tipo de temáticas de videojuegos, y de hecho, salvo los de tipo deportivo, conducción y simulación, el resto de géneros sugeridos (inspirados en las categorías propuestas por AEVI) reciben un interés medio-alto por parte de los usuarios (figura 5.9). Frente a la atracción de los jugadores de *Diablo III* por la interacción y performatividad o interpretación de papeles (que se desarrollará con mayor profundidad en el capítulo VII) destaca el hecho de que el género *sandbox*²⁸ (puramente emergente) no provoque un mayor interés entre estos jugadores y jugadoras, dado que consiste en una temática altamente interactiva.

Figura. 5.9. Diagrama de barras que refleja el interés de los jugadores de *Diablo* en los distintos géneros de videojuegos²⁹.



²⁷ Véase: capítulo 2, Epígrafe: II.I. El juego de rol de acción multijugador online (aRPG).

²⁸ Consúltese glosario terminológico.

²⁹ La selección final de los géneros propuestos como categorías de respuesta se realizó a través de la combinación de consulta bibliográfica de manuales y fuentes de datos disponibles especializados (Berens y Howard, 2001; AEVI, 2010,2011; con la realización del pretest de la encuesta en el que se testeó el funcionamiento de las distintas opciones de respuesta finalmente sugeridas.

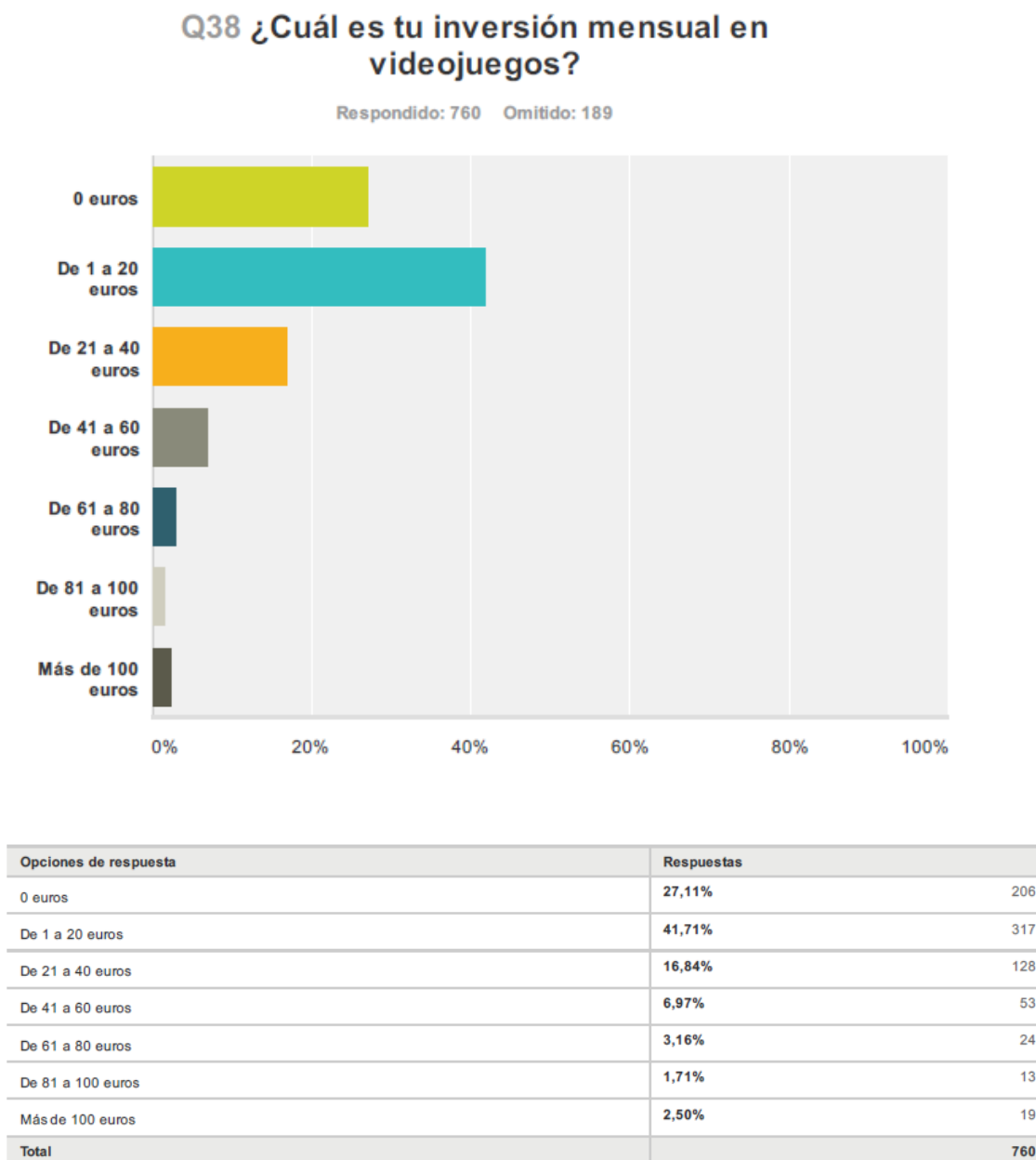
Fuente: encuesta propia.

El gráfico expuesto más arriba ilustra claramente como la opción preferida de los jugadores encuestados a la hora de decantarse por un género predilecto coincide con la temática de los roles de acción (misma categoría en la que se enmarca *Diablo III*). Sin embargo, más allá de lo que podría parecer evidente³⁰, el interés de los encuestados también es sustancialmente elevado en otros géneros (especialmente MMO's, acción/aventura, estrategia y *shooter*). La hipótesis inicial consistía en que existiría una fuerte asociación entre las dos temáticas de rol sugeridas (rol de acción y masivo), sin embargo, el interés de los jugadores es mucho más diverso y heterogéneo de lo esperado. Las diferentes inquietudes y gustos parecen encontrarse muy diversificadas, coincidiendo con las conclusiones halladas por Pearce (2009) y Taylor (2006) en sus respectivos estudios centrados en jugadores norteamericanos.

Tras describir cuestiones relativas al sexo, edad, experiencias previas o géneros predilectos, es el momento de ahondar en los aspectos relacionados con la disponibilidad de recursos y dispositivos lúdicos. Variables como el estado ocupacional, la tenencia de plataformas o la inversión mensual media realizada en videojuegos son claves a la hora de explicar las posibilidades de acceso a las tecnologías del ocio interactivo, generando diferencias y desigualdades. De este modo, abordaremos las cuestiones mencionadas iniciando la exposición con el análisis de la inversión económica media que realizan los jugadores de *Diablo III* (figura 5.10).

³⁰ En el caso del género de acción y aventura, una puntuación elevada tiene mucho sentido (dado que el género de rol de acción es un híbrido del rol clásico y la categoría mencionada).

Figura. 5.10. Diagrama de barras de inversión mensual en videojuegos.



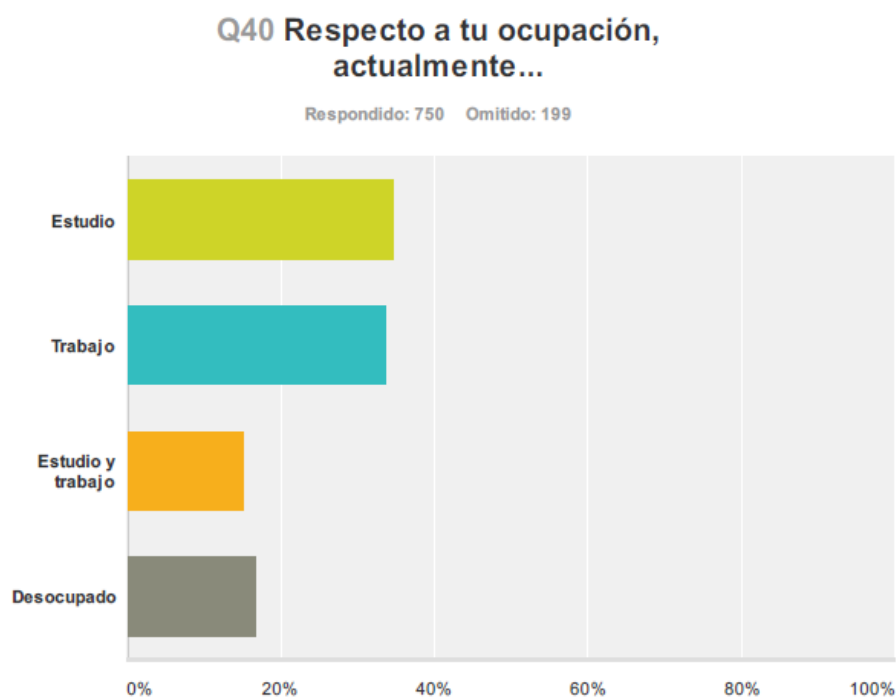
Fuente: encuesta propia.

El gráfico 5.10, que se aproxima a una distribución de frecuencias normalizada³¹, revela la existencia de grandes diferencias de gasto mensual entre los jugadores. Es muy importante tener en cuenta que la inversión media

³¹ Obsérvese como el gran tamaño de la muestra (con 760 respondientes a la cuestión planteada) ha permitido que los datos se distribuyan de una manera que tiende a “normalizada”, generando una curva de distribución fácilmente reconocible. Véase: Peña, D. (2008). Fundamentos de estadística, Madrid, Alianza.

realizada no depende únicamente del mayor o menor interés en los videojuegos, sino también y en gran medida de la disponibilidad de recursos. De acuerdo con el anuario económico de AEVI (2011b, 2013) el alto coste de las tecnologías lúdicas dificulta el acceso a un gran número de jugadores, especialmente a raíz de la crisis económica (momento en el que las ventas han descendido levemente³², concretamente un 6% en 2013). Pese a las dificultades mencionadas, tal y como revela ISFE (2012), los jugadores españoles se siguen manteniendo en la media de gasto europeo, un 35% de los usuarios nacionales compró algún videojuego en el último mes coincidiendo con la media continental. Pero ¿cuál es la situación ocupacional de nuestros jugadores? Aunque es una cuestión muy sensible, que escapa a los objetivos de la tesis, la ausencia de datos segmentados (específicos para *Diablo III* y los videojuegos de rol) vuelve muy necesaria la inclusión de este tipo de información.

Figura. 5.12. Diagrama de barras de ocupación actual jugadores de *Diablo III*.



³² Disponible en AEVI (2013). Balance económico de la industria del videojuego 2013. En 2013 el valor de consumo en España se situó en 762 millones de euros (vendiéndose se un total de 10.830.000 unidades de videojuegos, 1.172.000 consolas y 4.444.000 periféricos).

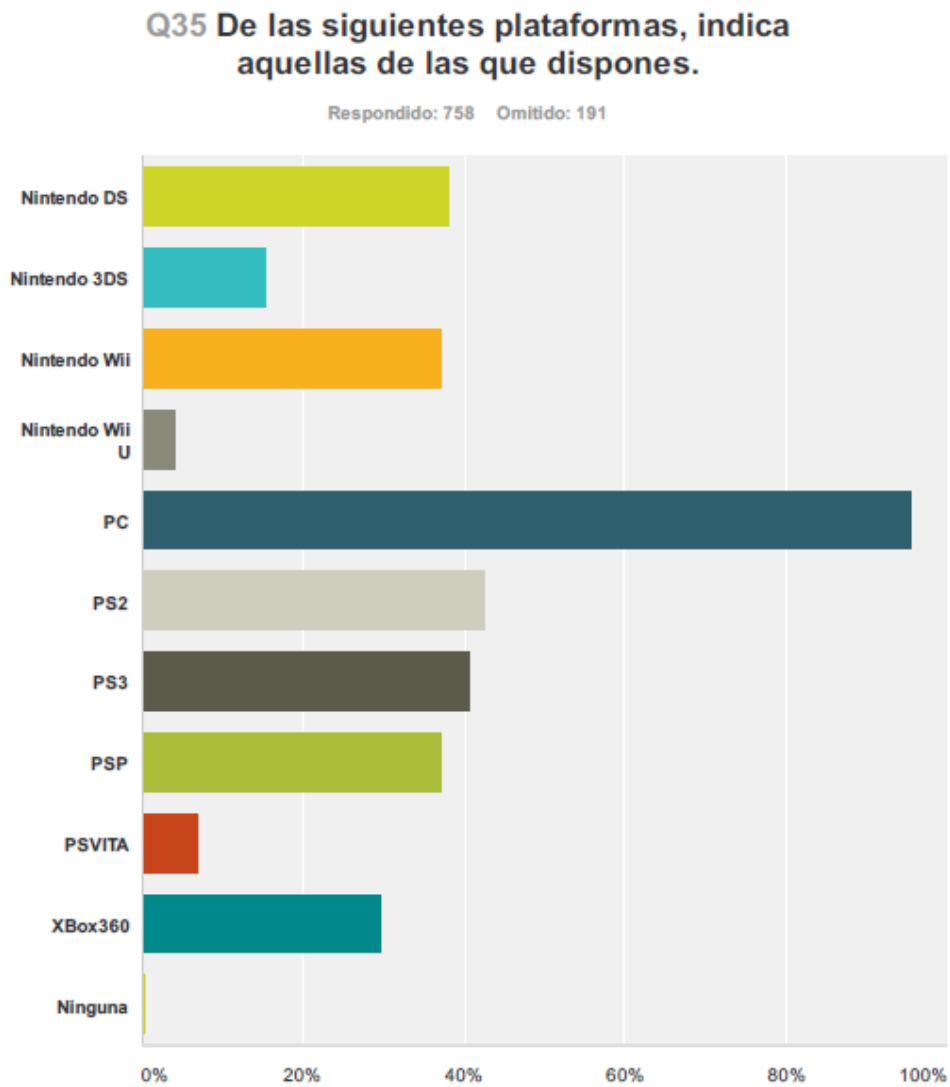
Opciones de respuesta	Respuestas	
Estudio	34,53%	259
Trabajo	33,47%	251
Estudio y trabajo	15,20%	114
Desocupado	16,80%	126
Total		750

Fuente: encuesta propia.

De gran relevancia, los datos relativos a la ocupación³³ de los jugadores, revelan como un 83,30% de los encuestados afirman encontrarse realizando alguna actividad laboral y/o académica (de ellos el 48,67% está ocupado laboralmente). Asimismo, resulta interesante el alto porcentaje de encuestados que aseguran cursar estudios académicos, suponiendo un total del 50% de la muestra (combinando los datos de las categorías “estudio” y “estudio y trabajo”). La ocupación de los jugadores (y la consiguiente mayor o menor cantidad de tiempo libre) es una variable clave a la hora de analizar las prácticas y ritmos en el juego (por ejemplo, cuando los jugadores juegan en grupo, tienen que adecuarse a los horarios y disponibilidades del resto del equipo).

³³ El concepto de ocupación empleado en la encuesta (incluyendo a estudiantes) contrasta con la definición ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística (INE), quien considera ocupados a “personas de 16 o más años que durante la semana de referencia han estado trabajando durante al menos una hora, a cambio de una retribución”. Véase: <http://www.ine.es/>

Figura. 5.13. Plataformas disponibles en el domicilio de los jugadores de *Diablo III*.



Opciones de respuesta	Respuestas	
Nintendo DS	37,99%	288
Nintendo 3DS	15,30%	116
Nintendo Wii	37,20%	282
Nintendo Wii U	4,09%	31
PC	95,38%	723
PS2	42,48%	322
PS3	40,50%	307
PSP	37,20%	282
PSVITA	6,99%	53
XBox360	29,82%	226
Ninguna	0,53%	4
Total de encuestados: 758		

Fuente: encuesta propia.

A la vista de los datos, el primer aspecto que llama la atención es que una práctica totalidad de los jugadores (99,47%) afirma disponer en su domicilio de alguna plataforma o dispositivo de ocio interactivo. Si los sujetos que han respondido la encuesta son jugadores de *Diablo III* será obvio que dispongan de algún ordenador personal (PC) en el domicilio. Sorprendentemente casi un 5% asegura no poseer un PC en el hogar. Pero entonces, ¿cómo es posible que jueguen? En la etnografía encontramos usuarios y usuarias ocasionales que sólo juegan en domicilios de allegados, ya sean familiares o amigos. Un ejemplo sería el caso de una entrevistada que afirma jugar únicamente en casa de su novio, quien disponía de un par de dispositivos de juego. En segundo lugar, aunque disminuyendo, la existencia de ciber-cafés, locutorios o salas de internet en España, especialmente en áreas y ámbitos rurales, posibilita que los jugadores y jugadoras que no disponen de ordenador, o bien éste no cumple los requisitos mínimos necesarios, puedan acceder al juego. Además, en algunas zonas más aisladas la disponibilidad de banda ancha no se encuentra operativa, lo que explicaría que un pequeño porcentaje de jugadores renuncie a disponer de un ordenador y se limite a jugar en *cibers*³⁴. Por otro lado, existirían otras razones y causas, tales como perfiles de jugadores que se acaban de mudar de ciudad y aún no disponen de un ordenador suficientemente potente o jugadores que están en

³⁴ Pese a que en España a raíz del auge de la banda ancha la tendencia es a la desaparición, en otros países la existencia de *ciber-cafés* está mucho más extendida. Véase figura 2.19.

proceso de renovación y/o compra. Adicionalmente, los datos recopilados entre los encuestados revelaron una clara preferencia por los ordenadores de sobremesa frente a las videoconsolas tradicionales o dispositivos portátiles (véase anexo V, informe extendido datos de encuesta y próximo epígrafe).

Y si bien en lo relativo a las estadísticas de penetración de dispositivos lúdicos en el contexto nacional nos encontramos en la media continental (AEVI, 2011; ISFE, 2012), un aspecto distintivo que merece mención es el referente a las aplicaciones de juego móvil o portátil. Frente a una tasa de penetración europea del 7% (ISFE, 2012), la compra de aplicaciones móviles en España tan sólo supuso el 3% de la facturación total de ventas de videojuegos. Sin embargo, la tendencia parece estar cambiando en los últimos años tendiendo a un progresivo acercamiento³⁵.

Por último, a la vista de todos los datos aportados hasta el momento, espero haber demostrado que el perfil del videojugador español de *Diablo III* es mucho más complejo y diverso de lo que cabría esperar en un inicio. La variabilidad de sexos, edades, contextos, intereses, experiencias previas, inversión mensual o incluso estilos de juego (que desarrollaremos en el tramo final del presente capítulo) denotan la existencia de perfiles sustancialmente variados y heterogéneos. Asimismo, es igualmente importante explicitar que dada la ingente cantidad de información recabada, las figuras y diagramas finalmente seleccionados para su inclusión en el epígrafe, por su especial relevancia, suponen una pequeña porción entre la imponente base de datos recopilada durante el trabajo de campo. Para profundizar en el conocimiento del perfil de los videojugadores españoles, especialmente en lo referente a las variables sociodemográficas, se recomienda la consulta del anexo V, titulado “Informe extendido de datos de encuesta”, donde el lector podrá recabar información adicional así como consultar otros datos y cuestiones de interés que finalmente han sido excluidas del capítulo (por su menor relación con los objetivos principales), tales como: lugar de nacimiento, provincia de residencia, información relativa al núcleo familiar...

³⁵ Disponible en: <http://www.isfe.eu/>

4. Cuestión de género. Las jugadoras en *Diablo III*.

“Ignoramos nuestra verdadera estatura hasta que nos ponemos en pie”.

– Emily Dickinson.

“A veces ser mujer, rolera y hardcore (jugadora) no es fácil. Pero sé nadar a contracorriente”.

(Entrevista n^o: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

Acceder a la realidad de las mujeres en los juegos de rol online no siempre resulta del todo sencillo. Un número reducido de jugadoras (Corneliussen y Rettberg, 2008), junto a una densa carga de prejuicios, roles adscritos e inercias (Becker, 1995), distorsionan y dificultan grandemente la comprensión de la presencia de las mujeres en los juegos de rol online. Especialmente relevantes para el entendimiento de los videojuegos y prácticas lúdicas, pero tradicionalmente invisibilizadas, infrarrepresentadas o incluso obviadas (Cassel y Jenkins, 2000; Pearce, 2009; Taylor, 2006; Corneliussen y Rettberg, 2008) las videojugadoras merecen una atención especial en el presente capítulo.

En este apartado se abordan las cuestiones referentes al acceso, presencia y articulación de problemáticas relativas a las jugadoras en *Diablo III*, describiendo cuál es la situación actual de las usuarias en el servidor, para posteriormente analizar algunas de las desavenencias y desasosiegos surgidos cuando las actividades de juego entran en conflicto con los discursos hegemónicos y las prácticas adscritas a rol (Goffman, 1959).

En la muestra de jugadores recabada de un total de 949 encuestados tan sólo un 4,73% son mujeres. Este dato, pese a indicarnos la proporción exacta de usuarias presentes en la encuesta no nos sirve para conocer cómo se distribuye la existencia de dichas jugadoras entre las generaciones y grupos de edad enunciados (figura 5.14). Para ello, combinando los datos segmentados de la muestra (seleccionando únicamente los casos de mujeres) con las cohortes de

análisis propuestas por ISFE (2012) y AEVI (2011), hemos diseñado el siguiente gráfico en el que se compara la presencia de hombres y mujeres en el servidor de *Diablo III* (por grupos de edad).

Figura. 5.14. Gráfico de datos referente a la proporción de mujeres usuarias de *Diablo III* por edad.

Distribución jugadoras <i>Diablo</i>	Total Jugadores	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Media MUJERES (<i>DIABLO III</i>)	100%	51,4%	49,6%	0%	0%	0%
Media HOMBRES (<i>DIABLO III</i>)	100%	40,3%	48,8%	9,9%	1%	0%

Fuente: creación a partir de datos de encuesta propia manteniendo cohortes de edad propuestas por ISFE (2012).

Lo primero que habría que destacar del gráfico expuesto es que los datos recopilados relativos a *Diablo III* (y con limitaciones, al género rol) contrastan grandemente con la información general recabada, tanto de jugadoras como de jugadores (información previamente expuesta en la figura: 5.2). La inexistente presencia de mujeres entre las cohortes de edad más avanzadas resulta especialmente llamativa, de una muestra cercana a los 1.000 entrevistados ninguna mujer mayor de 35 años respondió el cuestionario, lo que puede ser un indicador de su ausencia o menor presencia en el servidor. Pese a que hay que ser muy cautos y sensibles a la hora de formular hipótesis, el trabajo etnográfico de campo, junto a la revisión de bibliografía y datos secundarios, han permitido responder a algunos interrogantes. En primer lugar, la ausencia de mujeres se explicaría por una falta de interés en el entorno en el que transcurre la funesta aventura de *Diablo* (y en cierta manera, sería extensible al género rol de acción). De este modo, por tanto, no podríamos hablar de una brecha digital de género, ya que como confirman Pearce (2012) o Egenfeldt-Nielsen, Smith, y Tosca (2012), las mujeres parecen decantarse más por otras temáticas de videojuegos; tales

como los *social*³⁶ y *casual games*³⁷ (especialmente desde el auge de las aplicaciones móviles), las aventuras gráficas o los juegos *sandbox* de universo emergente (como *Minecraft* o *Los Sims*), abiertos a la creatividad y exploración, rechazando los juegos lineales o violentos. En el caso de las jugadoras de *Diablo*, el cruce de variables entre sexo y temáticas predilectas parece confirmar que existe una mayor asociación entre mujeres y dichos géneros en comparación con los hombres. Por supuesto, es preciso remarcar que en todo caso hablaríamos de tendencias generales, lo que no implica que no existan jugadoras fanáticas del género rol. De hecho, el perfil medio de jugadora de *Diablo III* no dista en compromiso al de los varones. En segundo lugar, otro de los motivos que explica la ausencia de jugadoras en cohortes superiores a los 35 años radica en una incorporación más tardía de las mujeres al consumo de videojuegos. Las primeras generaciones de jugadoras en los años 80 son relativamente escasas³⁸. De este modo, esta segunda razón también explicaría el hecho de que el grupo más mayoritario de jugadores entre los varones (25-34) represente a casi un 50% de la muestra (frente a un 40% de los más jóvenes). Los jugadores de este rango de edad intermedio, incorporan a las primeras generaciones y legiones de fans que jugaron a *Diablo I* y *II*, y que tras el lanzamiento de *Diablo III* (doce años después de su último éxito) no dudaron en adquirir al juego. Tal y como revelan la encuesta, entrevistas y la observación participante, una muestra muy significativa de jugadores accedieron al espacio lúdico por compromiso con títulos pasados de la saga.

Sin embargo, a diferencia de las primeras generaciones de videojugadores varones, los modos de acceso de las mujeres a *Diablo III* difieren ligeramente de éstos y son considerablemente más heterogéneos. Según Taylor (2006), pese a que muchos usuarios empiezan a jugar gracias a familiares o amigos, serían las

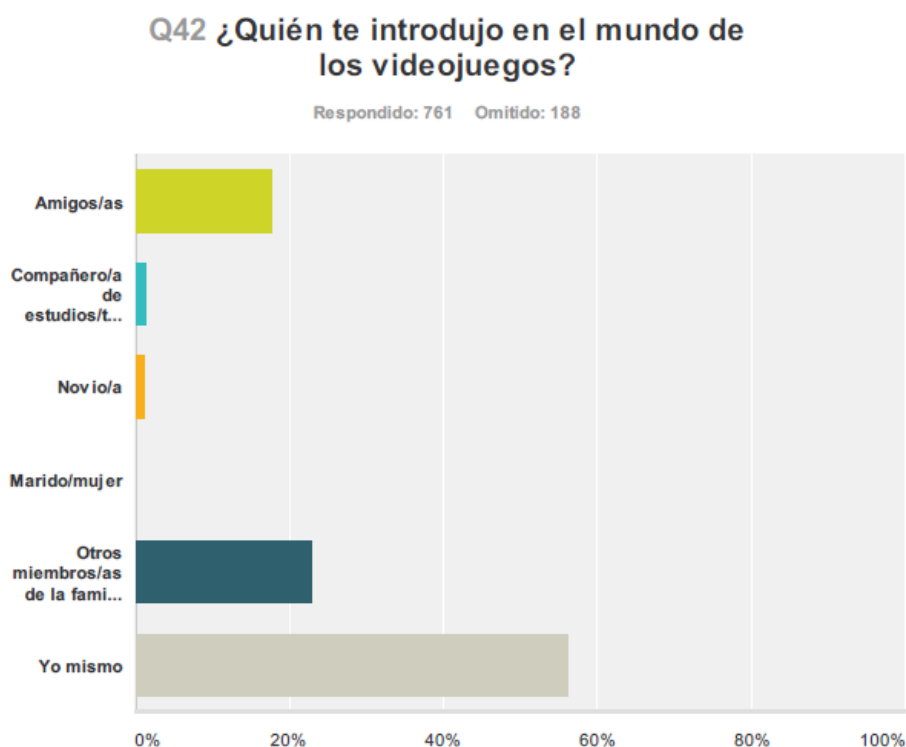
³⁶ Los videojuegos sociales son un género lúdico que se caracteriza por el uso de las redes sociales (como Facebook o Tuenti) para jugar con otros jugadores en red mientras se desbloquean logros. Generalmente, para lograr un mayor éxito, es preciso tener el mayor número de amigos posible en el juego. Algunos ejemplos de *social games* célebres serían *Farm Ville* o *Mafia Wars*.

³⁷ Los videojuegos casuales (*casual games*) pueden ser entendidos como una subclasificación de géneros de videojuegos. En realidad este tipo de juegos pueden co-clasificarse en cualquier otra temática, sin embargo, tienen en común unas mecánicas de juego muy simples orientadas a un público ocasional (el auge de las aplicaciones móviles ha disparado este tipo de juegos como *Candy Crush* o *Flappy Birds*).

³⁸ Véanse informes de AEVI (2011, 2011b).

videojadoras (junto a los *power gamers*³⁹) quienes tienden especialmente a acceder mayoritariamente por este tipo de vías a través de un contacto cercano⁴⁰.

Figura. 5.15. Gráfico de datos referente a las vías de introducción a los videojuegos.



Opciones de respuesta	Respuestas
Amigos/as	17,74% 135
Compañero/a de estudios/trabajo	1,58% 12
Novio/a	1,31% 10
Marido/mujer	0,26% 2
Otros miembros/as de la familia (distintos a los mencionados)	23,00% 175
Yo mismo	56,11% 427
Total	761

Fuente: creación propia a partir de datos de encuesta online.

³⁹ Las nociones de *power gamer* serán desarrolladas en el próximo epígrafe titulado: “Estilos de juego: redefiniendo conceptos clásicos”

⁴⁰ Se entiende por contacto cercano algún miembro de grupo de socialización primario o secundario.

El gráfico 5.15 ilustra los diferentes modos de acceso a la práctica del videojuego. Frente a una leve mayoría (56,11%) que afirma haberse iniciado por sí misma, el total restante (43,89%) reconoce que accedió por primera vez a través de algún familiar, amigo y/o conocido (véanse categorías de respuesta adicionales). Pero si las mujeres⁴¹ tienden a acceder al software lúdico por primera vez a través de contactos cercanos, ¿Ocurre esto mismo en el caso de las jugadoras de *Diablo*? Ya que en el género rol el público femenino dista mucho del general. Para responder a dicha cuestión he preparado un gráfico en el que se cruza la variable sexo con la información relativa al primer contacto con el mundo de los videojuegos. Así mismo se ha realizado una prueba de chi-cuadrado para contrastar si existe algún tipo de asociación entre las variables sexo y la vía de introducción al videojuego.

Los datos obtenidos resultan muy sorprendentes, hallándose una asociación estadísticamente significativa entre las variables mencionadas, tal y como se detalla en los gráficos que se muestran a continuación.

Figura. 5.16. Tabla de contingencia (cruce entre sexo y primer contacto con videojuegos)

Tabla de contingencia Sexo * ¿Quién te introdujo en el mundo de los videojuegos?

Recuento

	¿Quién te introdujo en el mundo de los videojuegos?						Total
	Amigos/as	Compañeros de estudio/trabajo	Novio/a	Marido/Mujer	Otros miembros de la familia (distintos a los mencionados)	Yo mismo	
Sexo Hombre	130	12	2	1	169	410	724
Mujer	4	0	7	1	6	17	35
Total	134	12	9	2	175	427	759

⁴¹ Los datos disponibles en los *games studies* referentes a las videojugadoras provienen de fuentes principalmente norteamericanas y escandinavas. Existe una gran carencia de estudios de caso en el ámbito nacional español, por lo que la profundización en análisis, tanto cualitativos como cuantitativos, focalizados en videojugadores españoles pueden arrojar mucha luz sobre numerosos interrogantes en el campo de estudio mencionado.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	121,227	5	,000
Razón de verosimilitudes	40,264	5	,000
Asociación lineal por lineal	,346	1	,556
N de casos válidos	759		

Fuente: creación propia a partir de datos de encuesta online.

A la vista de los datos, a partir de la prueba de chi-cuadrado⁴² (p-valor < 0,05), rechazamos la hipótesis nula (H₀) de independencia entre variables. De este modo, hallándose diferencias estadísticamente significativas, aceptamos la hipótesis alternativa (H_i) de que existe algún tipo de asociación entre el sexo (variable independiente) y la vía de acceso o introducción a los videojuegos (variable dependiente). Se confirma, por tanto, que las jugadoras de *Diablo* tienen una mayor tendencia que los hombres a acceder a los videojuegos a través de familiares cercanos⁴³ y/o amigos. A modo de ejemplo, de especial interés resultó la categoría de respuesta novio/a⁴⁴, donde una quinta parte de las jugadoras respondientes (7 sobre 35) afirmaron haber accedido al mundo del *software* de entretenimiento a través de su pareja⁴⁵; frente a tan sólo un 0,15% de los varones (2 sobre 724)⁴⁶. De este modo, la tendencia encontrada resultó altamente impactante, ya que los casos de acceso a los videojuegos a través del novio/a son prácticamente inexistentes entre jugadores varones (mientras que representan un 20% en el caso de las jugadoras). Así mismo, dicha tendencia se invierte en el caso de acceso por vía individual, donde un 57% de los hombres

⁴² Cuando el p-valor resultante (dato marcado en amarillo en la ilustración) es menor a 0,05 rechazamos la hipótesis nula de independencia entre variables (en este caso sexo y vía de acceso a los videojuegos). Véanse: Sánchez-Carrión (1989) y Salvador-Figueras y Gargallo (2003).

⁴³ Considerándose a familiares cercanos (novio/a, marido/mujer y otros miembros de la familia).

⁴⁴ Dicha categoría de respuesta fue incluida, en la encuesta online, gracias a las recomendaciones de los revisores del pre-test. Ejemplos como éste, demuestran la gran importancia de testear la encuesta online antes de su lanzamiento definitivo al campo.

⁴⁵ Dado que no conocemos el sexo de la pareja, tan sólo del respondiente, no es posible inferenciar el sexo del novio/a (por lo que es un error asumir que todos los entrevistados sean heterosexuales), pudiendo ser posible la existencia de homosexuales en dicha categoría de respuesta.

⁴⁶ La misma tendencia encontrada en la categoría novio/a se mantiene en el caso de la categoría marido/mujer.

afirma haberse introducido por sí solo a los videojuegos, frente a un 48% de las mujeres usuarias.

En el trabajo etnográfico se encontraron numerosos ejemplos de jugadores que regalan a sus novias distintas plataformas y dispositivos de ocio interactivo con el objetivo de introducirles en el mundo del software lúdico; o con la finalidad de disponer de una plataforma de juego en el domicilio de sus parejas para uso o beneficio propio.

“Sí, alguna vez, de hecho [a mi novia] la regalé una consola, la Wii y la he descargado algún juego para el ordenador, como los Sims y eso...”.
(Entrevista n^o: 1. Hombre, 31 años, Madrid).

En una línea similar se observan distintos ejemplos de jugadoras que accedieron a *Diablo*, por primera vez, a través de recomendaciones, sugerencias o incluso leves y sutiles presiones por parte de sus respectivas parejas. Mientras, la tendencia contraria, varones introducidos por sus novias/os, es mucho menos habitual.

“Diablo me lo recomendó un amigo, porque claro son muchos años y los fans de Diablo esperando a que saliese Diablo III... “venga cómpratelo que vamos a jugar...tal”, “Bueno, venga” estuve viendo unos días en qué consistía y tal, me gustó la idea, me lo compré...y la verdad es que me encantó, me pareció un mundo muy adictivo y muy divertido” (Entrevista n^o: 9. Mujer, 23 años, Getafe).

“Y nada, la verdad es que yo no estaba interesada en Diablo para nada, o sea, que el género no me motivaba nada la verdad. Pero, XXXXX, mi chico, que es un poco pesado, pues me fue introduciendo y tal... presionando poco a poco y demás” (Entrevista n^o: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

“Porque a mi novio bueno claro encantado de la vida de que juegue a

Diablo, porque así juego con él y eso...” (Entrevista nº: 5. Mujer, 27 años, Barcelona).

Los modos en los que las mujeres se inician en los videojuegos de rol de acción, y más concretamente *Diablo III*, son sustancialmente diversos y heterogéneos. Desde fórmulas y vías más tradicionales y/o cotidianas (experiencias previas, recomendaciones, mera curiosidad o interés) hasta causas de acceso mucho menos usuales u ordinarias (tales como accesos casuales accidentales). A modo de ejemplo, observemos el singular caso de una serie de jugadores varones que utilizaban a sus novias como *farmeadoras*⁴⁷, esto es, empleándolas en el juego para la consecución recursos virtuales de diversa índole (dinero, ítems, experiencia...). Mientras las riquezas logradas engrosaban las cuentas virtuales y privadas de juego, los susodichos se dedicaban a otro tipo de prácticas y actividades en escenarios simultáneos (como jugar al célebre juego de fútbol online, FIFA). De este modo, algunos hombres introducen a sus novias en los espacios de juego con una finalidad puramente instrumental o utilitarista, empleando a sus respectivas parejas para avanzar lo más rápida y exitosamente posible en el transcurso del juego, siendo notablemente más competitivos en el servidor.

“Y respecto a lo de cómo llegué a interesarme...pues te cuento. Mi novio juega muchas tardes y noches que tiene libre, ya sea al Diablo o a otros juegos, y hacen grupos y tal para jugar...Pues uno de sus amigos, que es muy, muy friki ponía a su novia a jugar para ganar experiencia, oro, objetos...lo que sea, es decir, lo que necesitaran en ese momento. Entonces cuando él estaba ocupado, o no estaba, pues ponía a la novia a jugar con su personaje. Pues, bueno...pues básicamente mi chico empezó a hacer lo mismo conmigo de una manera más sutil. Cuando se ponía a jugar al FIFA con su compañero de piso, que tenían torneos y tal, pues me decía, “oye, ¿te importaría jugar un rato con mi bárbaro al Diablo? Que si no me quedo descolgado”, y entonces me decía, “mira lo único que tienes que hacer es seguir al grupo e ir haciendo lo que ellos te digan, les sigues con

⁴⁷ Para más información, véase definición de *farmeo* en el glosario terminológico.

el ratón y das a estos dos botones, y eso, lo que ellos te vayan diciendo”. Y eso, así me introduje más o menos”. (Entrevista n°: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

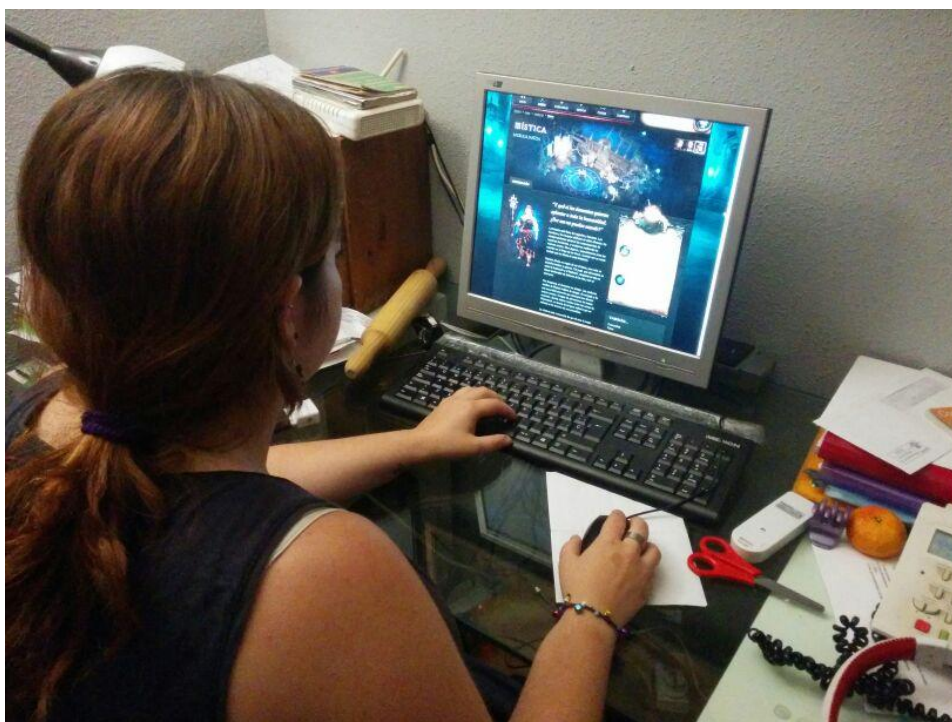
Lo inesperado de la situación planteada, es que las consecuencias de este contacto inicial con el juego fueron totalmente insólitas. La interacción con otras jugadoras en una situación similar empleadas como *farmeadoras* originaron una serie de rutinas y afectividades de juego, mediadas tecnológicamente (Latour, 1994; Doménech y Tirado, 1998), que desembocaron en una toma de decisiones emancipadora. Las usuarias mencionadas, cansadas de la situación, decidieron comprarse una copia del juego para su propio uso, manifestando explícitamente que si tenían que *farmear* lo harían para sí mismas. Los vínculos afectivos surgidos a partir de las rutinas de juego motivaron, sustancialmente, la decisión de compra, en un ejemplo de cómo la experiencia con los dispositivos participa en nuestros procesos de subjetivación y cómo desde las interacciones sociales⁴⁸ generamos orden, ordenamiento y prácticas subersivas.

“Así tuve mi primer contacto directo. Pero sinceramente, era un poco rollazo, porque era básicamente farmear y farmear sin más. Además, no te enteras muy bien de cuál es el cometido de las cosas. Pero un día, XXXX, que es la novia del amigo de mi chico, estábamos las dos farmeando y me dijo algo como “XXXX, por qué no nos hacemos nosotras un personaje para nosotras”. Y así por aburrimiento, rutina, o por lo que fuera, pues nos decidimos a hacernos unos personajes, ella su cazadora de demonios y yo mi maga. Y la verdad es que ahí es cuando te engancha, cuando empiezas de cero, porque el juego cambia radicalmente, o sea, la percepción del juego una vez que te sumerges en la historia, la trama, en el juego en sí, cambia, cambia muchísimo. Y ahí es cuando nos interesamos y cuando ya me decido a comprarme yo el juego para tener mi propia cuenta”. (Entrevista n°: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

⁴⁸ Tal y como muestra Goffman (1953) en “El orden social y la interacción”, desde el ámbito de lo micro, esto es, desde la interacción social, generamos orden y ordenamiento.

Por último, es importante reseñar como varían las percepciones y experiencias de juego en el espacio lúdico en función de cuál es la relación con el dispositivo. Jugar con un personaje propio favorece la identificación e inmersión con el entorno (medio) y trama de juego, variando radicalmente la percepción, relación y procesos de subjetivación en los escenarios de interacción (Foucault, 1983). Una vez más, es importante subrayar la importancia de los contextos y espacios culturales donde el juego se practica y actúa (Aarseth, 2008; Mäyrä, 2009; Hjorth, 2011), dado que el contexto de uso rearticula los códigos explícitos y simbólicos de la interacción y mediación.

Figura 5.17. Jugadora de *Diablo III* consultando información en foro oficial de juego.



Fuente: propia (trabajo de campo).

Según las estadísticas recopiladas por Egenfeldt-Nielsen, Smith y Tosca (2012) las mujeres juegan menos horas y están menos comprometidas que los hombres, debido principalmente a lo que identifican como una escasez de contenido atractivo para las jugadoras. Sin embargo, nuestros hallazgos, relativos al género rol de acción parecen poner en cuestión dichas afirmaciones. Aunque

como veremos en el siguiente epígrafe el compromiso no puede ser medido únicamente por las horas de juego directo⁴⁹ (pese a que en la literatura especializada y en los informes disponibles así se ha hecho hasta la fecha), el tiempo medio invertido en el juego diariamente es muy similar entre hombres y mujeres, es más éste sería levemente superior entre las jugadoras de *Diablo III* (2,17 horas diarias frente a 2,03 horas de los varones).

También es cuestionable la creencia de que los hombres gastan más dinero en esta actividad que las mujeres. A la vista de una prueba de chi-cuadrado podemos concluir que no existirían diferencias estadísticamente significativas⁵⁰ entre jugadores y jugadoras de *Diablo III* en cuanto a gasto mensual en videojuegos (el gasto medio es levemente superior en el caso de los hombres). Sin embargo, tal y como se observa en las tablas que se ofrecen a continuación, el porcentaje de jugadores que no invierten ninguna cantidad al mes (0 euros) es levemente superior entre la muestra de varones (27, 2% frente a 22,2% de las mujeres).

Figura. 5.18. Distribución de frecuencias inversión media mujeres (mensual).

¿Cuál es tu inversión mensual en videojuegos? MUJERES					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0 euros	8	22,2	23,5	23,5
	de 1 a 20 euros	16	44,4	47,1	70,6
	de 21 a 40 euros	6	16,7	17,6	88,2
	de 41 a 60 euros	2	5,6	5,9	94,1
	de 61 a 80 euros	1	2,8	2,9	97,1
	de 81 a 100 euros	1	2,8	2,9	100,0
	Total	34	94,4	100,0	
Perdidos	Sistema	2	5,6		
Total		36	100,0		

⁴⁹ El compromiso con el juego, como veremos más adelante, ha de tomar en cuenta la inversión de tiempo e interés fuera del espacio de juego en sí, por ejemplo, en la consulta o producción de contenido generado por el usuario inspirado en el universo de Diablo III.

⁵⁰ P-valor (0,94) es mayor que 0,05. Aceptamos la hipótesis nula (H₀) de independencia de variables (no existe asociación entre sexo y gasto mensual en videojuegos).

Inversión media mujeres videojuegos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
¿Cuál es tu inversión mensual en videojuegos?	34	1	6	2,26	1,163
N válido (según lista)	34				

Fuente: creación propia a partir de datos de encuesta online.

Figura. 5.18. Distribución de frecuencias inversión media hombres (mensual).

¿Cuál es tu inversión mensual en videojuegos? HOMBRES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0 euros	197	27,2	27,2	27,2
	de 1 a 20 euros	300	41,4	41,5	68,7
	de 21 a 40 euros	121	16,7	16,7	85,5
	de 41 a 60 euros	51	7,0	7,1	92,5
	de 61 a 80 euros	23	3,2	3,2	95,7
	de 81 a 100 euros	12	1,7	1,7	97,4
	Más de 100 euros	19	2,6	2,6	100,0
Total		723	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	2	,3		
Total		725	100,0		

Inversión media hombres videojuegos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
¿Cuál es tu inversión mensual en videojuegos?	723	1	7	2,33	1,351
N válido (según lista)	723				

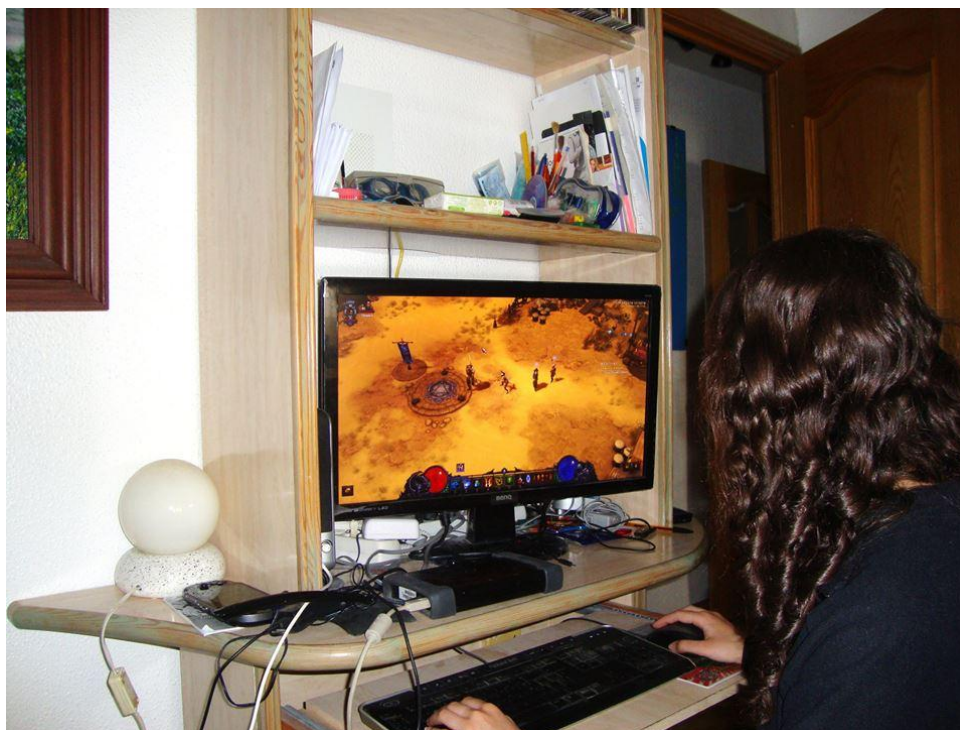
Fuente: creación propia a partir de datos de encuesta online.

4.1. Sexismo en los videojuegos y *Diablo III*

Inspirados por los trabajos pioneros de Justine Cassel y Henry Jenkins (2000) en el campo del género y los videojuegos (quienes realizan un análisis de las jugadoras y sus motivaciones), numerosos autores han abordado las problemáticas relativas a las mujeres en el mundo del software lúdico. Desde el ámbito de estudios literarios y narratológicos (Kennedy, 2002; Laurel, 2006.), sociológicos y culturales (Taylor, 2006; Pearce, 2009; Sarkeesian, 2013), metodológicos (Heeter, 2008) o de corte multidisciplinar⁵¹ (Kafai *et al.*, 2008; Egenfeldt-Nielsen, Smith y Tosca, 2012) las videojugadoras han suscitado recientemente un alto grado de interés entre los académicos (principalmente motivado por la tradicional carencia de información e infrarrepresentación en la industria). Representaciones, estereotipos, motivaciones, o fenómenos más controvertidos como el sexismo, han merecido una especial atención entre los estudiosos. Concretamente, este último aspecto ha sido abordado por Schott y Horrel (2000), quienes en un extenso estudio, a partir de entrevistas personales con jugadoras, concluyen que las mujeres reclaman una representación de género más equilibrada y realista.

⁵¹ Entendiéndose por multidisciplinariedad en el ámbito de los *games studies* (narratología, ludología, diseño, situacionismo, estudios socio-culturales...).

Figura 5.21. Jugadora de *Diablo III* en contexto privado de juego (modo individual).



Fuente: Propia (trabajo de campo).

Parece existir un cierto consenso, entre los distintos autores mencionados sobre la evidencia de que determinados comportamientos sexistas están muy presentes en la práctica de juego. Sin embargo, al igual que en otras esferas de la vida cotidiana, este tipo de actitudes no siempre son del todo manifiestas o explícitas (las prácticas hegemónicas y los comportamientos machistas se hallan fuertemente anclados en los resortes más sutiles y profundos de la cultura). Los videojuegos, como dispositivo cultural, reproducen los discursos hegemónicos presentes en la sociedad donde se diseñan, practican y consumen. De este modo, los espacios lúdicos son escenarios donde se reinterpretan y reproducen mecanismos de discriminación que rearticulan las prácticas de juego e interacción de jugadores, y especialmente, jugadoras.

Desde reprobaciones directas y explícitas hacia las mujeres hasta mecanismos más sutiles de dominación y opresión, como las actitudes paternalistas en la interacción online del día a día, las jugadoras conviven con

diferentes grados de desasosiegos cotidianos que generan algunas problemáticas y malestares, tal y como se muestra en las citas que se ofrecen a continuación.

“A mí algo que me da mucha rabia es que hay comportamientos que dan un poco de asco. Por ejemplo, si eres jugadora de rol y no eres muy agraciada te tachan de friki o poco femenina, pero si estás buena, para los tíos entonces ya es otra cosa. Pues entonces eres una gamer y eso les mola, eso es guay para ellos. No puede haber algo más machista”. (Entrevista n^o: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

“Pues como algo de tonto o...pues no sé qué...pues la princesa, es que eres nuestra princesa, mi princesa, guerrera...tal. Es como que provoca un morbo especial a los hombres ver a una chica atacando o pegando tiros...” (Entrevista n^o:9. Mujer, 23 años, Getafe).

“Sí claro, y mucho. De hecho pues mira, más sutil o más evidente incluso tus amigos inconscientemente caen en ello. Que si pequeña, que si princesa, que si tengo un regalito para ti...y ahí, baboseándote. Y no, yo ni soy pequeña, ni soy princesa, ni hostias”. (Entrevista n^o: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

“Pero como yo jugaba con mis amigos, sí que eran conscientes de que era yo, y muchas veces pues yo iba un poco más “oh, dios mío, me están matando” y entonces venían todos a salvarme, ¿sabes? Y yo creo que sí, en ese sentido sí...que así un poco era la chica, ¿no? Igual no se me daba tan bien algo y entonces me ayudaban, pero no creo que tampoco haya una gran diferencia, ¿no..?”. (Entrevista n^o:3. Mujer, 25 años, Madrid).

La última de las citas ofrecidas⁵² evidencia cierta contradicción o ambivalencia⁵³ (Martin Criado, 2014) debido a constricciones sociales. La deshonestidad o contradicción son rasgos estructurales de la interacción social ordinaria (Goffman, 1963). Por tanto, pese a la veracidad aparente de nuestras exposiciones, adaptamos nuestros discursos y repositorios culturales a nuestras prácticas a fin de justificarlas. Dado que estamos “*sometidos a múltiples constricciones, a menudo contradictorias, que determinan nuestra acción independientemente de nuestras creencias*” (Martin Criado, 2014; 115). De este modo, las prácticas cotidianas y actividades de juego se hallan condicionadas tanto por los esquemas culturales incorporados como por las demandas que imponga la situación de interacción. Por otro lado, se observa como el aparente anonimato de los jugadores se diluye ocasionalmente en la práctica lúdica derivando en consecuencias inesperadas (el anonimato de los avatares no siempre se da, sobre todo porque en ocasiones los usuarios juegan con familiares, amigos o conocidos). De acuerdo a autores como Pestello y Pestello (2000), Wallace et al. (2005) o Martin Criado (2014), la visibilidad de los comportamientos públicos, en este caso en el espacio online, obliga a ser consecuente con los valores y prácticas proclamadas, dado que el equipo y auditorio (Goffman, 1959) solicitarán una rendición de cuentas (es necesaria cierta consistencia entre valores explicitados, discursos y prácticas para mantener la fachada).

Las prácticas sexistas operan de modo diferente cuando el anonimato media la interacción. Pese a que los comportamientos machistas son mucho más explícitos bajo una situación de anonimato⁵⁴ (por la seguridad que éste otorga), los resortes más sutiles de la dominación hegemónica también se activan cuando los jugadores se conocen entre sí (de una manera más matizada y profunda).

⁵² "Y yo creo que sí, en ese sentido sí...que así un poco era la chica, ¿no?" Para invitar a la reflexión lanzo la siguiente pregunta. ¿Qué implica ser la chica en los videojuegos? Creo que profundizando por ahí empezaremos a ver cómo se construyen las categorías de género e identidad en el *gaming* (con los roles adscritos y asociados).

⁵³ La entrevistada n°: 3 afirma (ambivalentemente) que por su condición de mujer el comportamiento del resto de jugadores hacia ella era diferente ("Y yo creo que sí, en ese sentido sí...que así un poco era la chica, ¿no?"). Sin embargo, erra en la contradicción aseverando posteriormente que no considera que haya una gran diferencia. Se evidencia como la jugadora adapta el discurso a la práctica.

⁵⁴ Insultos, desprecios, acosos...

Aunque no se puede hablar de la existencia generalizada de sexismo (muchos jugadores no encajan en este perfil) se han hallado dos formas relativamente extendidas de resistencia y discriminación de género.

- 1) En primer lugar no hay que entender el sexismo simplemente en su sentido clásico, sino como la defensa de un espacio. Los escenarios lúdicos de interacción en juegos de rol online han sido tradicionalmente espacios de homosocialidad (Golding, 2014; Kafai et al., 2008) reservados exclusivamente a los jugadores varones. Son lugares en los que muchos de los hombres que participan no quieren que accedan mujeres para no romper ese espacio masculino de privacidad (rechazo y protección de lo que ellos consideran un espacio de no mujeres). La progresiva inclusión e introducción de usuarias en estos escenarios ha sido respondida con tempestuosas resistencias y percibida por algunos jugadores como una invasión o contaminación del espacio tradicional de juego.
- 2) Los jugadores que más se identifican con las nociones clásicas de identidad *gamer* tienden a preservar todavía una visión parcializada que percibe a los videojuegos de rol como una práctica eminentemente masculina. En mayor o menor medida consideran que las jugadoras son menos capaces, hábiles o diestras dentro de este tipo de espacios. Además, según Golding (2014) la progresiva inclusión y diversificación de perfiles de jugadores ha erosionado la identidad tradicional de los *gamers* (que ocupaba una posición predominante y hegemónica) generando reacciones violentas y de resistencia.

“What we are seeing is the end of gamers, and the viciousness that accompanies the death of an identity. Due to fundamental shifts in the videogame audience, and a move towards progressive attitudes within more traditional areas of videogame culture, the gamer identity has been broken” (Golding, 2014: 1).

Las distintas citas mostradas evidencian la existencia de comportamientos sexistas enclavados en la cultura patriarcal más amplia donde el juego toma lugar (en los videojuegos no se dan relaciones igualitarias). Dicha cultura imbricada con los espacios de juego y performatividad, rearticula las lógicas de interacción (más allá del *gameplay* y las mecánicas de juego) transformando las experiencias y realidades lúdicas. Así mismo, pone en cuestión algunas de las asunciones, muy extendidas, en las teorías de género sobre la consideración de las relaciones desigualitarias que se ven de una manera muy estructural. Frente a estos enfoques la apuesta más coreográfica de Goffman⁵⁵ (1977), de entender las relaciones como un baile donde alguien lleva y alguien es llevado⁵⁶ resulta muy interesante⁵⁷. Es un acercamiento al género que nos devuelve a las relaciones cotidianas. Por ejemplo, cuando las jugadoras se oponen a los mecanismos de dominación existentes, (solicitando que las dejen de llamar “princesa”, “reina”, “pequeña” o explicitando una situación de acoso) la reacción de los jugadores es muy hostil, mostrando desde rechazo, ira o enfado hasta conductas más violentas como insultos. De este modo, parece que cuando las jugadoras cuestionan las estructuras de poder hegemónicas, los mecanismos más sutiles e implícitos de dominación se manifiestan y se hacen mucho más patentes y visibles. Un ejemplo muy reciente serían toda la serie de ataques, controversias y amenazas⁵⁸ recibidas por activista (feminista), bloguera y crítica cultural de videojuegos Anita Sarkeesian. A raíz de lanzar un vídeo⁵⁹ en el que criticaba actitudes misóginas o un tratamiento de los personajes femeninos como mujeres florero (mera decoración en los videojuegos), sufrió una oleada de reacciones hostiles (amenazas y acoso que la forzaron a abandonar su propio domicilio) que pueden ser entendidas bajo esta doble dinámica que entiende el sexismo en los videojuegos principalmente como la protección de un espacio de homosocialidad

⁵⁵ En “*Arrangement Between Sexes*” (1977). Por otro lado, en “La presentación de la persona en la vida cotidiana” identifica el sexo como fachada personal.

⁵⁶ En este caso se evidencia como las jugadoras están sometidas a mecanismos de dominación patriarcal, y en la danza de las relaciones, son llevadas por el hombre. De lo contrario, el sistema hegemónico de dominación pone en funcionamiento sanciones y mecanismos de presión.

⁵⁷ Además conecta con textos como el poder de la inercia de Becker (1995) ¿en qué sentido, cómo conecta, cuál es el paquete?

⁵⁸ Disponible en: <http://www.polygon.com/2014/8/27/6075679/sarkeesian-driven-out-of-home-by-online-abuse-and-death-threats>

⁵⁹ Vídeo disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=5i_RPr9DwMA

y una identidad *gamer* tradicional⁶⁰ que se siente amenazada (aparición de jugadoras y estilos no heteronormativos). Además, este tipo de acosos no se limitan a un caso aislado o concreto, sino que se han ido extendiendo progresivamente a otras mujeres de la industria y el ámbito del videojuego, en lo que se ha conocido popularmente como caso *gamergate*⁶¹ (en la que un conjunto de jugadores y trolls han asediado a diseñadoras, periodistas y mujeres reivindicando unas éticas y entornos de juego más ortodoxos y exclusivos para varones).

4.2. Más allá de los estereotipos

De acuerdo a las investigaciones de Taylor (2006), las jugadoras de rol online no encajarían en el estrecho arquetipo de *gamer* (eminentemente masculino) ni en la representación idealizada de los personajes femeninos existentes en los videojuegos, que puede provenir de unas ideas estandarizadas y preconcebidas de feminidad. Según Corneliussen (2008) los estereotipos siguen existiendo en los juegos de rol online, sin embargo, se observa una creciente preocupación por parte de las distintas compañías (cita el ejemplo de *Blizzard*) para evitar este tipo de prácticas y comportamientos. Las desarrolladoras son progresivamente más conscientes de la gran importancia de las videojugadoras, aunque el proceso está lejos aún de satisfacer las demandas de la comunidad femenina. Numerosas productoras han sido criticadas por no preocuparse por aspectos como la representación de mujeres o la diversidad de perfiles (edades, razas, orientación sexual...). Sin embargo, y afortunadamente, los datos disponibles parecen indicar que los estereotipos están empezando a cambiar poco a poco en el mundo de los videojuegos, mientras la industria empieza a preocuparse por unas representaciones más fidedignas con la compleja y heterogénea variedad de tipos de usuario (especialmente en lo referido a género). Tal y como argumenta Corneliussen:

⁶⁰ Identidad *gamer* notablemente machista.

⁶¹ Disponible en: <http://deadspin.com/the-future-of-the-culture-wars-is-here-and-its-gamerga-1646145844>

“The game is clearly moving away from the tradition of hypersexualizing female characters in a male universe, as well as away from one-dimensional presentations of gender within strict gender stereotypes” (2008: 81).

De hecho, la progresiva desdibujación de estereotipos y roles asociados a género se manifiesta claramente si comparamos la evolución de la saga *Diablo* a lo largo de los distintos lanzamientos. Para empezar, en *Diablo III* es posible elegir el sexo del avatar, no así en *Diablo I* o *II*. Adicionalmente, si se observan las transformaciones en la representación gráfica de los avatares, los personajes femeninos no estarían tan hiper sexualizados⁶² como en las primeras entregas, a la vez que los personajes masculinos comienzan a salir de lo que Corneliussen ha denominado como *“masculinidad esteroideal” (steroidal masculinity)*. Sin embargo, tal y como recuerda Langer (2008), si bien es cierto que determinados estereotipos se han podido diluir parcialmente, los prejuicios asociados a género siguen muy presentes en el ámbito del software lúdico. Concretamente, dicho autor afirma que se manifiestan en dos distintos niveles: en el ámbito de los prejuicios del propio jugador y a nivel de los estereotipos que puedan tener los propios diseñadores y desarrolladores.

“Los diseñadores de videojuegos refuerzan los significados culturales mientras parecen enfrentarse a ellos⁶³” (Schwartz, 2006: 319).

Un ejemplo de cómo los diseñadores pueden reforzar los estereotipos hegemónicos es tratando de trasladar las representaciones y roles asociados a la masculinidad a las nociones de feminidad, esto es, dotando a los personajes femeninos de las cualidades típicamente atribuidas o asociadas a los roles y representaciones de masculinidad. Un caso claro sería el caso de la bárbara en *Diablo III*. Pese a que la posibilidad de jugar con una mujer guerrera ha supuesto un avance considerable respecto a títulos anteriores, cabe plantearse la siguiente

⁶² Obsérvese la evolución de los avatares en el capítulo VI “Jugando a Diablo”, epígrafe número I.I “Personajes y avatares”.

⁶³ Traducción propia del original en inglés: *“game designers reinforce cultural meanings while appearing to challenge them” (Schwartz, 2006: 319).*

cuestión: ¿consiste en un personaje que ha superado las barreras de la estereotipia o se ha tratado de adaptar dicha representación las nociones ideales de masculinidad hipertrofiada? A la vista de ejemplos como el mostrado, parece evidente que aún queda mucho camino por recorrer en lo que a género y videojuegos se refiere.

Figura 5.22. Representación de avatares seleccionables en opción masculina y femenina.



Fuente: propia (pantallazo de *Diablo III*).

Otro de los prejuicios y mitos más extendidos entre los juegos de rol online sería el relativo a los hábitos e intereses de juego de las usuarias. En línea con los hallazgos de Taylor (2003b) en el campo del género rol, se encontró que las jugadoras, si bien disfrutaban de la exploración o la sociabilidad, también persiguen otro tipo de actividades que se asocian típicamente con los jugadores masculinos, tales como: interés en el progreso, mejora de habilidades, superación de retos, consecución de logros o experiencias de combate y acción. A diferencia de las conclusiones de Bryce y Rutter (2002) o Pearce (2012) sobre las preferencias de las mujeres, las jugadoras españolas de *Diablo III* se encuentran muy interesadas

en temáticas como la de aventura y acción, e incluso dan el aprobado a géneros como el de combate o *shooter*⁶⁴.

Figura. 5.23. Valoraciones de géneros de videojuegos, escala de 1 a 5 (siendo 1 mínimo interés y 5 máximo interés).

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Acción y aventura	33	1	5	4,03	1,212
Combate	33	1	5	2,67	1,291
Conducción	33	1	5	1,88	1,139
Deportes	33	1	5	1,76	1,062
Estrategia	33	2	5	3,91	1,071
aRPG ⁶⁵	34	3	5	4,82	,459
MMORPG ⁶⁶	34	1	5	4,32	1,173
Plataforma_puzzle	33	1	5	3,52	1,176
Sandbox	33	1	5	2,88	1,293
Shooter	33	1	5	2,67	1,315
Simulación	33	1	5	2,82	1,236
N válido (según lista)	33				

Fuente: creación propia a partir de datos de encuesta online (salida SPSS).

De este modo, podemos concluir que si bien géneros como el de conducción (1,88) o deportivo (1,76) no satisfacen las expectativas de juego de las mujeres (a diferencia de los hombres) otro tipo de temáticas y experiencias como el combate (2,67), *shooter* (2,67) o estrategia (3,91), tradicionalmente asociadas a los varones, también serían actividades que atraen el interés de las jugadoras de rol online. De acuerdo con la crítica de Taylor “*often the women and girls playing what are typically defined as masculine games are considered simply exceptions*” (2006: 94).

⁶⁴ Véase glosario terminológico.

⁶⁵ Juego de rol de acción.

⁶⁶ Videojuego de rol multijugador masivo (Massively Multi-player Online Rolpe-Playing Game).

En lo que a plataformas se refiere, de acuerdo a autores como Bryce y Rutter (2002), las jugadoras tienen una preferencia por los dispositivos domésticos de juego (frente a otras alternativas de práctica externa como las consolas portátiles, ciber-cafés o máquinas de juego *arcade*⁶⁷). Curiosamente, este tipo de asunciones, tan repetidas en la literatura académica especializada, parecen asentarse más en creencias y prejuicios (reforzados por inercias, Becker, 1995) que en datos provenientes de observaciones empíricas contrastadas. Apoyando esta posición crítica, Hjorth (2011) afirma que las aplicaciones móviles y el juego portátil han tenido un gran impacto sobre el público femenino. A continuación, se ofrecen dos gráficos en los que se muestran las preferencias de hombres y mujeres en cuanto a plataformas de juego.

Figura. 5.24. Plataformas predilectas de juego (hombres).

		Plataformas favoritas hombres			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje vá- lido	Porcentaje acu- mulado
Válidos	Otra (especifique)	16	2,2	2,2	2,2
	Ninguna	6	,8	,8	3,0
	Nintendo 3DS	7	1,0	1,0	4,0
	Nintendo DS	2	,3	,3	4,3
	Nintendo Wii	7	1,0	1,0	5,2
	Nintendo Wii U	5	,7	,7	5,9
	PC	568	78,3	78,3	84,3
	PS2	5	,7	,7	85,0
	PS3	68	9,4	9,4	94,3
	PSP	4	,6	,6	94,9
	PSVITA	1	,1	,1	95,0
	XBox360	36	5,0	5,0	100,0
	Total	725	100,0	100,0	

⁶⁷ Máquinas *arcade* o máquinas recreativas de videojuegos hacen referencia a los dispositivos de juego interactivo disponibles en lugares públicos que funcionan mediante un sistema de pago por monedas (guardando grandes similitudes con las máquinas de *pinball*).

Fuente: creación propia a partir de datos de encuesta online (salida SPSS).

Figura. 5.24. Plataformas predilectas de juego (mujeres).

		Plataformas favoritas mujeres			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje vá- lido	Porcentaje acu- mulado
Válidos	Otra (especifique)	2	5,6	5,6	5,6
	Ninguna	0	,0	,0	5,6
	Nintendo 3DS	3	8,4	2,8	13,9
	Nintendo Wii	1	2,8	2,8	16,7
	PC	20	55,6	55,6	72,2
	PS3	5	13,9	13,9	86,1
	PSP	1	2,8	2,8	88,9
	XBox360	4	11,1	11,1	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: creación propia a partir de datos de encuesta online (salida SPSS).

A la vista de los datos recabados, las conclusiones de Bryce y Rutter (referentes a las videojugadoras), parecen no sostenerse en lo relativo a las usuarias españolas de *Diablo III*. En primer lugar, y en lo referente a las consolas portátiles (Nintendo DS, Nintendo 3DS, PSP Y PSVita), se ha revelado que la predilección por este tipo de dispositivos sería mucho mayor entre mujeres que hombres (las consolas portátiles suponen una preferencia para el 11,2% de las jugadoras frente al 2% de los varones).

“La verdad que me gusta jugar tanto sola, sobre todo a las portátiles, como con mis amigos. Y reconozco que aunque ha cambiado mucho el mundo de los videojuegos de cuando empecé a ahora, pues me siguen atrayendo bastante y me gustan muchos juegos.” (Entrevista n^o: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

En segundo lugar, si bien la predilección por sistemas domésticos es aplastante entre ambos sexos, la preferencia de los ordenadores personales es sustancialmente mayor en el caso de los hombres (78,3% frente al 55,6%). De este modo, los datos hallados parecen contradecir las suposiciones más comunes acerca de las mujeres videojugadoras (teniendo en cuenta las particularidades de la muestra), evidenciándose nuevamente el gran sesgo existente.

A modo de conclusión del epígrafe parece más que probado que aún queda mucho camino por recorrer en lo que a género y videojuegos se refiere. Las limitadas contribuciones realizadas en la presente investigación revelan como algunas de las asunciones más asentadas en el campo, son parcialmente erróneas o inciertas. En segundo lugar, es muy importante tener en cuenta las recomendaciones que han realizado numerosos autores (Cassel y Jenkins, 2000; Corneliusen, 2008; Hjorth, 2011; Egenfeldt-Nielsen, Smith y Tosca, 2012) reclamando aproximaciones y modelos de juego más inclusivos, plurales y sensibles a las cuestiones de género y diversidad (desprendiéndonos del sistema de prejuicios dominante). Pese a que se han logrado grandes avances en lo referente a acciones, diseños y representaciones más inclusivas e integradoras, es evidente que en el pasado, y aún en la actualidad, la industria ha intentado atraer a las mujeres a los videojuegos reproduciendo estereotipos y roles de género poco acordes con la realidad existente, reforzando unos ideales sesgados de masculinidad y feminidad.

“Luego, me acuerdo que tuve la Game Boy, que la tuvimos los tres hermanos, pero la suya en gris y yo tenía la edición rosa que sacaron, ¿la recuerdas? Y ahí ya jugué verdaderamente por interés [...] Para mis padres era normal que si mis hermanos tenían la Game Boy yo quisiera una también, de esto de que te pilla la fase en que si tus hermanos tienen algo tú también lo quieres...”⁶⁸ (Entrevista nº: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

⁶⁸ Además de la evidencia de las estrategias comerciales enfocadas a atraer la atención de las mujeres hacia el mundo de los videojuegos, en este extracto nuevamente se vuelve a reflejar como una de las principales vías de acceso de las mujeres a los videojuegos son familiares y amigos.

5. Estilos de juego. Redefiniendo los conceptos clásicos.

Una vez que conocemos un poco más de las características y hábitos socio-lúdicos de los jugadores y jugadoras de *Diablo III*, comenzamos la exposición acerca de los estilos de juego realizando una breve introducción a la problemática para, a continuación, redefinir las nociones y herramientas clásicas de medición, cuestionando los criterios de clasificación existentes. El capítulo finaliza con un análisis descriptivo de las implicaciones que tienen los estilos de juego en los espacios de interacción y performatividad lúdica y cotidiana.

Numerosos autores (Bartle, 1996; Aarseth, 2007; Wirman, 2009; Consalvo, 2007) e instituciones (ISFE, 20120; AEVI, 2012b) han abordado las cuestiones relativas a los estilos y modos de juego, generando una profusa literatura en el campo más sociológico de los *games studies* (probablemente se trate de una de las cuestiones más ampliamente desarrolladas en el área). Las propuestas pioneras de Bartle (1996), en su estudio centrado en los MUD's⁶⁹, sirvieron para elaborar una clasificación original de los diferentes estilos de juego más comunes en el servidor analizado. A partir del cruce de dos ejes de variables en función de su orientación general (jugadores-mundo) y el interés de juego (acción-interacción), Bartle identifica cuatro tipos de estilos o modos de juego presentes en los escenarios lúdicos de interacción social.

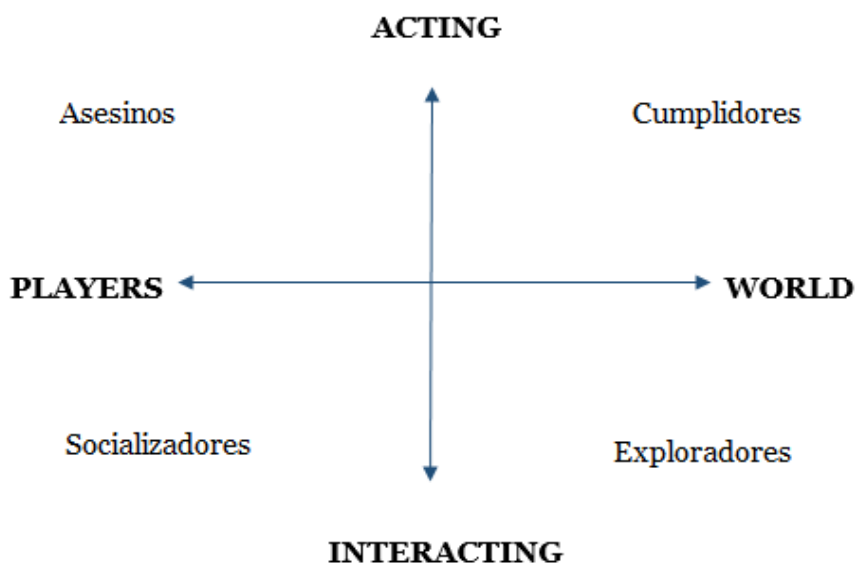
- **Cumplidores (Achievers):** son los usuarios que manifiestan más una lógica instrumental, cuyo principal objetivo en el juego es superar los retos o metas propuestos alcanzando los logros lo más rápida y eficientemente posible. Su interés, por tanto, radica en conseguir cosas en el juego (acción en el mundo) desbloqueando desafíos.
- **Socializadores (Socialisers):** su principal interés radica en la interacción y sociabilidad con otros jugadores. Pese a que la trama y objetivos del juego no dejan de ser importantes, anteponen las relaciones

⁶⁹ Véase glosario terminológico.

sociales que emergen en los espacios de interacción (interacción con los jugadores).

- **Exploradores (Explorers):** serían los jugadores cuya principal motivación es la exploración del entorno y de la trama de juego, tratando interactuar y conocer minuciosamente los espacios y escenarios que les rodean (interacción en el mundo).
- **Asesinos (Killers):** consisten en aquellos jugadores altamente competitivos cuyo estilo de juego radica en un significativo interés por demostrar e imponer su superioridad sobre el resto de jugadores (independientemente del consentimiento de éstos).

Figura. 5.25. Estilos de juego identificados por Bartle (1996).



Fuente: Creación propia a partir de datos de Bartle (1996).

Espen Aarseth (2007), alabando el modelo propuesto por Bartle, percibe que su tipología omite la figura del *cheater* o tramposo. Los “tramposos”⁷⁰ serían

⁷⁰ La figura del tramposo guarda grandes paralelismos con la conducta desviada del innovador propuesta por Robert Merton (1979) en su teoría de la anomia y desviación social.

un tipo de jugadores que se benefician del empleo de trucos, trampas o recursos complementarios (percibidos como ilícitos o poco éticos por el resto de la comunidad) que facilitan la consecución de logros y metas. Debido a la presencia tan común de este tipo de perfiles en los servidores de juego, Aarseth propone la inclusión de un quinto tipo de jugador (*cheater*⁷¹) dentro del modelo que se ubicaría en el centro del gráfico⁷².

Pese a que la tipología sugerida por Bartle ha sido de gran utilidad en los estudios y análisis pioneros de los estilos de juego, es importante entender la multiplicidad de géneros, intereses y tipos de jugadores, comprendiendo que en el juego todo es más complejo y difuso de lo que parece. Por ejemplo, tal y como señala Taylor (2006), para Bartle un cumplidor (*achiever*) no estaría interesado en la exploración, pero cuando acudimos a la evidencia empírica, parece que esta asunción no es del todo cierta. Las dilatadas observaciones en el servidor de *Diablo III* han permitido comprender que es necesario ser especialmente cuidadosos y cautos al tratar de categorizar los modos de juego, ya que en cierta medida, se hallan imbricados y diluidos entre sí. Tal y como veremos más adelante, los estilos de juego no son de ningún modo estáticos, sino que se desplazan y varían en función de intereses, experiencias, motivaciones o contextos.

Continuando la labor iniciada por Bartle, otra serie de autores han propuesto modelos alternativos de clasificación de estilos de participación en espacios de juego online. A modo de ejemplo, Taylor (2006) propone una tipología de jugadores en base a los modos de participación y contexto, diferenciando la naturaleza de los grupos o relación entre jugadores.

Estilos de juego (en base a criterios de contexto de interacción):

- Juego individual (solo).
- Juego en parejas: generalmente se trata de amigos o familiares que se complementan en el juego. Por ejemplo, en el caso de *Diablo* es muy

⁷¹ Ahondaremos en el fenómeno del *cheating* (trampas) en los próximos epígrafes.

⁷² Véase figura 5.25.

común que los personajes especializados en proteger y resistir daño (tanques⁷³) acompañen a personajes cuya resistencia física es menor (como el mago).

- Grupos de “recolección” (*Pickup groups*): son jugadores que no tienen una relación afectiva entre ellos pero que se han encontrado en partidas públicas, muy común en *Diablo III*.
- Grupos de amigos.

Mientras que juegos como *Diablo III* pueden ser practicados de manera individual o multijugador, tal y como indica Taylor (2006), el juego solo (sin compañía) es únicamente una experiencia parcial y limitada, dado que el mayor interés radica en lo social. De hecho, en el estilo de juego más competitivo la colaboración entre jugadores es indispensable, ya que determinados logros o beneficios (como *bonus* de experiencia) sólo pueden ser obtenidos en compañía de otros jugadores (las mecánicas de juego de *Diablo III* premian la sociabilidad otorgando beneficios a los usuarios que juegan e interaccionan en grupo).

En un plano más general, Kozinets (2010) propone una clasificación de los sujetos participantes en comunidades online (tanto lúdicas como de otra índole) en base al grado de participación en la comunidad.

- **Novatos (Newbies):** usuarios inexpertos o recién llegados al espacio online.
- **Integradores (Minglers):** son los usuarios socializadores, aquellos que ayudan a mantener los vínculos de la comunidad. Dicho perfil se encuentran muy emparentado con la categoría de socializadores propuestos por Bartle (1996).

⁷³ Tanque (tanquear). Del inglés *tank*, hace referencia a los personajes que aguantan el daño para proteger a los jugadores cuyo poder de ataque es mucho mayor pero cuya resistencia es mucho menor. Los tanques se especializan en repeler, absorber o bloquear daño.

- **Devotos (Devotees):** es el perfil opuesto al de integrador. Se caracterizan por un alto compromiso con la actividad de consumo, pero no se encuentran interesados en estrechar lazos sociales con la comunidad (existen ciertos paralelismos con la categoría de cumplidores de Bartle).
- **Insiders:** Son los sujetos que se hallan fuertemente vinculados a la comunidad (como los integradores) pero que además se identifican mucho con los objetivos y actividades instrumentales de la comunidad (devotos).

Hasta el momento he ofrecido algunos ejemplos de tipologías de descripción de los estilos de juego, pero sin duda alguna, la clasificación más común y empleada (Pearce, 2009; ISFE, 2011; AEVI, 2011), es la referente a la intensidad de relación con el juego, esto es, cuántas horas (diarias o semanales⁷⁴) dedican los jugadores a la actividad lúdica. En el próximo epígrafe cuestiono este tipo de clasificaciones, tan extendidas, que categorizan el estilo de juego exclusivamente en base a la cantidad de horas que emplean los usuarios en la práctica de juego, obviando la dedicación o implicación con el juego fuera del servidor en sí⁷⁵.

5.1. *¿Casual, médium, hardcore o pro?* Nuevas herramientas de medición: La implicación con el juego.

“A ver, es que claro, esta es la eterna pugna entre el jugador hardcore y el jugador casual, ¿no? O sea, el casual quiere lo que tiene el hardcore, echándole menos horas y el hardcore, como le echa muchas horas, no quiere que el casual tenga lo que él tiene”.

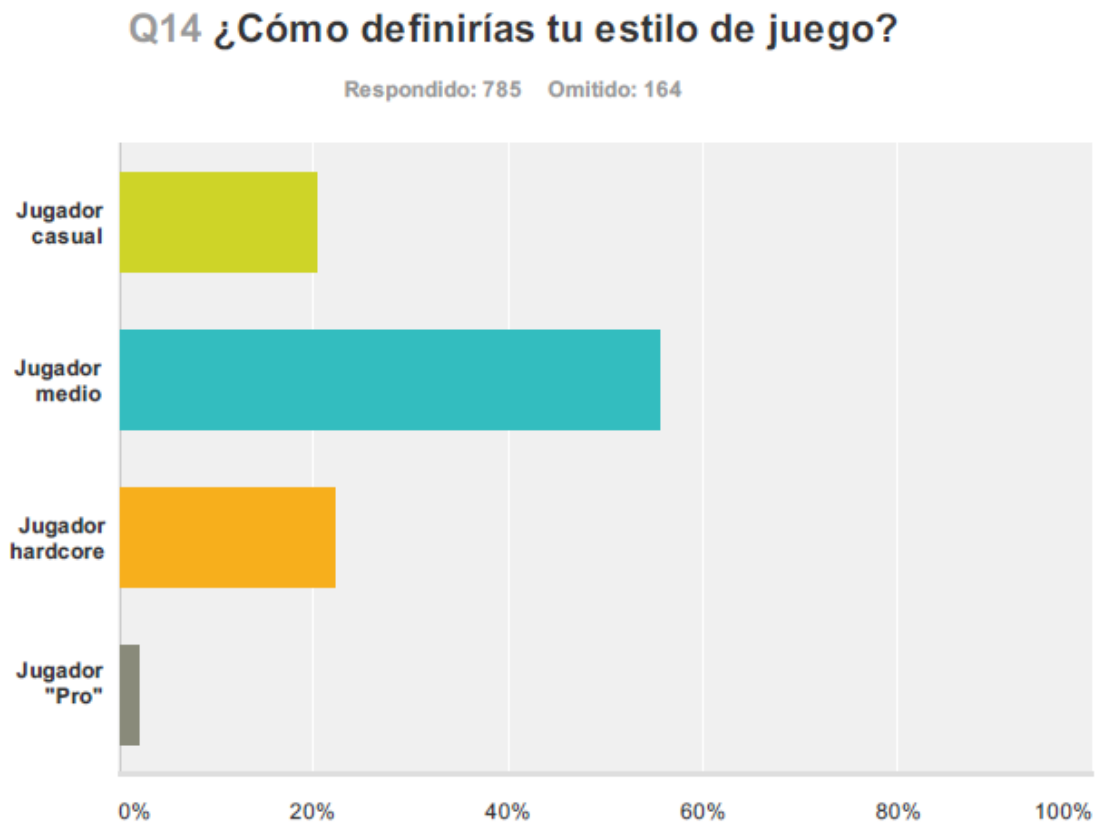
⁷⁴ Las mediciones más comunes de intensidad con el juego se suelen realizar considerando las horas que los jugadores emplean semanalmente (AEVI, 2011; ISFE, 2011).

⁷⁵ Tradicionalmente, las escalas de medición del estilo de juego sólo toman en cuenta las horas de dedicación invertidas dentro del juego en sí, sin embargo, la implicación con el juego debería incluir la cantidad de horas que los jugadores emplean fuera de los servidores, por ejemplo, consultando o produciendo: guías, foros, vídeos, historias... Tal y como mostraremos en el capítulo VII, algunos jugadores dedican más tiempo a las actividades relacionadas con la producción de contenido inspirado en Diablo III que al propio juego en sí.

(Entrevista nº: 4. Hombre, 26 años, Vigo).

Pese a toda la información expuesta hasta el momento, en lo que concierne a los estilos de juego de los usuarios españoles los datos y recursos disponibles son todavía significativamente escasos, segmentados y parcialmente desarrollados. Por ello, parece especialmente pertinente ahondar en dicha problemática, aspirando a contribuir y clarificar ciertos interrogantes en el campo de estudio presentando algunos datos recopilados a través de la encuesta online a los jugadores españoles del servidor de *Diablo*.

Figura 5.26. Autopercepción del estilo de juego.



Opciones de respuesta	Respuestas
Jugador casual	20,25%
Jugador medio	55,54%
Jugador hardcore	22,04%
Jugador "Pro" (profesional que recibe ingresos)	2,17%
Total	

Fuente: propia (encuesta). Véase epígrafe metodología.

Pero ¿por qué es tan importante conocer el estilo de juego de los usuarios? En primer lugar, estos datos contradicen la extendida creencia que asocia el perfil de “rolero” a un estilo de juego extremo, intensivo o “hardcore”⁷⁶. De hecho, el perfil de jugadores es muy diverso y heterogéneo (siendo los jugadores medios un 55,54% del total de la muestra, y alcanzando los jugadores casuales y *hardcores* unas cifras muy similares entre sí, 20,25% y 22,54% respectivamente).

Si bien esta clase de tipologías basadas únicamente en el tiempo empleado en el juego en sí son muy utilizadas y de relativo provecho, no es menos cierto que también son muy parciales y sesgadas. Existen numerosos jugadores (como veremos en el capítulo VII dedicado a la cultura de juego) que dedican más tiempo a la consulta y producción de materiales (guías, tutoriales, *fan fiction*⁷⁷, foros, vídeos, *fan art*⁷⁸...) que a la propia interacción en los espacios y escenarios de juego. Cuando se clasifica a los jugadores se tiende a obviar que una numerosa parte de ellos invierten una significativa cantidad de tiempo en las actividades que rodean a la realidad del dispositivo, pero que se encuentran fuera de la propia práctica del juego en sí. Por ejemplo, jugadores que dedican un gran número de horas a la producción y consulta de contenidos (guías, foros, comunidades, ilustraciones, historias, vídeos...), a menudo son clasificados como meros jugadores casuales cuando su grado de implicación real con el juego es

⁷⁶ Tal y como expuse en el capítulo II, los jugadores de género rol aún cargan con una gran cantidad de prejuicios, entre ellos ser percibidos como jugadores muy aislados, *frikis* e intensos (*hardcores*).

⁷⁷ El *fan fiction* hace referencia a los relatos y narraciones de ficción escritos por la comunidad fan inspirados en un universo ficticio.

⁷⁸ El *fan art* hace referencia a los trabajos u obras artísticas inspiradas en universos fantásticos creados por terceros. Por ejemplo, en el caso de Diablo, los dibujos e ilustraciones que realiza la comunidad fan (véase capítulo VII, contenido generado por el usuario).

notablemente superior que el de otros miembros de la comunidad. Lo que ocurre, por tanto, es que existe un perfil de jugador más interesado en las actividades que rodean al universo del juego que en la propia práctica lúdica como tal. Parece evidente, entonces, que es muy necesaria una reformulación de los criterios de clasificación tradicionales. Por ello, propongo repensar y resituar las tipologías clásicas, que dividen a los jugadores⁷⁹ como casuales (*casuals*), medios (*mediums*) o extremos (*hardcore*)⁸⁰, incluyendo dentro de la tipología el tiempo invertido en la producción o consulta de contenido generado por el usuario, así como otras actividades relacionadas que rodean a la realidad del juego⁸¹.

De acuerdo a AEVI (2009) los jugadores casuales serían aquellos que dedican menos de una hora semanal a los dispositivos, los usuarios medios aquellos que emplean entre una hora y cuatro horas, mientras que los jugadores *hardcore* sobrepasarían las cuatro horas semanales (así mismo, más allá de los jugadores extremos, se encontrarían los jugadores profesionales o “pros”)

Figura 5.27. Criterio clásico de clasificación del estilo de juego (en base a tiempo empleado únicamente en el juego).



⁷⁹ Así mismo, algunas tipologías de clasificación (Pearce, 2006; Taylor, 2006) también incluyen entre sus opciones de respuesta a los jugadores profesionales (pros).

⁸⁰ Adicionalmente habría que incluir a los jugadores profesionales “Pros”, que juegan a los videojuegos como actividad profesional..

⁸¹ Por ejemplo, numerosos jugadores se conectan al servidor de juego pero no entran a partida, si no que se quedan conectados hablando de Diablo y de otros temas pero sin jugar.

Fuente: propia (inspirada en los criterios utilizados por AEVI, 2009).

Utilizando los criterios tradicionales, un jugador que dedica más de 10 horas semanales a generar o consultar contenidos como guías, tutoriales, foros, *fan art* o *fan fiction*, pero que tan sólo juega un par de horas a los videojuegos, es considerado como un simple jugador medio (sin embargo, es evidente que su grado de compromiso es sustancialmente superior, tratándose de todo un jugador altamente comprometido y *hardcore*).

Por este motivo, el modelo aquí propuesto basado en la implicación no sólo toma en cuenta las horas dedicadas al juego, sino que también considera todo el tiempo invertido en el universo emergido en torno a él (materiales inspirados o generados alrededor de *Diablo III*). De este modo, tendríamos una tipología de clasificación mucho menos distorsionada y más sensible⁸² y acorde a la realidad empírica hallada (un modelo sustancialmente más inclusivo).

⁸² Consiste, por tanto, en una herramienta más inclusiva y precisa en la medición del estilo e implicación con el juego (siendo más sensible a los diferentes intereses y prácticas que rodean al dispositivo).

Figura 5.28. Criterio propuesto de clasificación del estilo de juego (en base a tiempo empleado directamente en dispositivo y fuera de él).



Fuente: creación propia.

Probablemente uno de los fenómenos más interesantes encontrados es la distorsión en la autopercepción de los estilos de juego, esto es, los entrevistados tienden a percibirse como jugadores más casuales de lo que realmente son. Los usuarios, debido a los prejuicios dominantes y estereotipos, tienden a manifestar que su relación con los dispositivos es menos intensa de lo que realmente es (Rodríguez, 2002), cayendo en fuertes contradicciones manifiestas e intentando adaptar la realidad a su discurso (Goffman, 1959; Martin-Criado, 2014). Además dicha tendencia se agudiza especialmente en el caso de las jugadoras, quienes sufren una mayor presión social en el género rol de acción.

Ejemplos de jugadoras autopercebidas como casuales:

“Soy más bien casual, yo creo...me gustan pero tampoco llega a absorberme en ningún momento...y horas...mmm...pues depende de la época, pero suele ser los fines de semana una media de 2 o 3 horas yo creo, como máximo 3”. (Entrevista nº: 3. Mujer, 25 años, Madrid).

“Es un divertimento, una vía de escape, una forma de entablar relaciones...es un juego social. Y bueno, eso...generalmente los juegos en mi vida ocupan los lugares más de ocio y divertimento, o sea, soy una jugadora más casual, juego todos los días, pero casual”. (Entrevista nº: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

“Más casual. No soy nada profesional, no me lo tomo...tengo los niveles, quitando de algún personaje que sí lo tengo más avanzado, los tengo bajitos y tal...No tengo tiempo para más”. (Entrevista nº: 9. Mujer, 23 años, Getafe).

Las jugadoras entrevistadas tienden a percibir que los jugadores casuales son aquellos para quienes los juegos son un mero entretenimiento, cuando realmente, excepto en el caso específico de los jugadores profesionales, para todo el resto de usuarios la práctica lúdica siempre suele suponer una diversión.

Ejemplos de jugadores autopercebidos como medios:

“Pues horas puedo jugar muchas, lo que intento autocontrolarme y jugar una cosa razonable, pues no sé, de 2 o 3 horas al día. Pero es eso, me va a rachas, a lo mejor estoy 2 semanas que juego todos los días 5 horas al día y luego, de repente, no toco una consola o un juego ordenador durante meses”. (Entrevista nº: 5. Mujer, 27 años, Barcelona).

“Últimamente juego bastante menos, al principio, claro...también al principio que salió en verano jugaba más. Estaba más horas en casa, más

horas libres... ¿Al día de hoy...? No sé...Una vez al mes 6 horas seguidas y ya hasta que lo vuelvo a coger. Aunque sí debo decir que sí entro cada 2 o 3 días, porque sí sé que pasa la subasta, y entro y pongo las cosas... ¿sabes?" (Entrevista n°: 9. Mujer, 23 años, Getafe).

Las citas mostradas de jugadoras de perfil medio revelan claramente cuán complicado resulta categorizar a los jugadores por estilo de juego, ya que mientras que la frecuencia de juego es una variable dinámica y varía grandemente en función de distintos motivos y acontecimientos, el estilo de juego suele ser considerado como una categoría estática (sin embargo inciden numerosos factores que modifican la intensidad e implicación con el juego: subjetividades, expectativas, contextos, disponibilidad de tiempo...). Por ejemplo, cuando se produce el lanzamiento de un nuevo parche o expansión (que incluye novedades o variaciones genuinas), los jugadores tienden a dedicar más tiempo a la práctica lúdica intensiva (la implicación con el juego no es lineal, sino fluctuante). Posteriormente, una vez que se pasa la emoción o expectación inicial derivada de la novedad (*hype*), la implicación con el juego tiende a descender progresivamente, por tanto, lo que antes podría haber sido considerado como un *hardcore* podría asemejarse más a de otro tipo de jugador.

Ejemplos de jugadores autopercebidos como *hardcores*:

“Yo los videojuegos los uso bastante, ¿sabes? yo en vez de ver por ejemplo la tele, yo prefiero echarme una partidilla a cualquier jueguecillo ¿sabes? Los uso bastante a lo largo del día, sí, a la semana les echo bastantes horas ya que llevo jugando desde pequeñito siempre he jugado a los videojuegos yo...” (Entrevista n°: 10. Hombre, 25 años, Madrid).

“Yo suelo ser más hardcore, a mí me gusta sobre todo intentar llegar a tener lo mejor, en el menor tiempo posible ¿sabes? Llegar a alcanzar la meta en lo más rápido posible. Muchas veces me por eso me salto historias o cosas así que mucha gente lo toma importante pero vamos...”

Yo generalmente intento llegar a lo máximo en el mínimo tiempo posible”.
(Entrevista n^o: 10. Hombre, 25 años, Madrid).

Parece evidente que el grado de implicación entre los jugadores *hardcore* es muy grande, pero además, como se observa en la segunda cita, existiría una fuerte asociación entre los jugadores percibidos como extremos y un modo de juego más competitivo y/o instrumental. Este tipo de jugadores, conocidos como *power gamers*⁸³, se caracterizan por un estilo de juego relativamente común o frecuente entre los servidores de juego.

Según la observación de campo y las entrevistas en profundidad, los consumidores coinciden en que se suele identificar al jugador de juegos de rol como un usuario *hardcore*, *friki* o “*bicho raro*”... Sin embargo, entre la comunidad de jugadores, este tipo de perfil es percibido como relativamente minoritario.

“Por un lado con este tema de los niveles épicos, la dificultad...aumentando tal, consigue contentar al público hardcore, que a fin de cuentas es un público minoritario. Y a la par pues también le da la posibilidad al público más casual de que vaya mejorando paulatinamente, obviamente a un ritmo muy inferior al hardcore, pero que aun así, digamos, pueda hacer cosillas”. (Entrevista n^o: 4. Hombre, 26 años, Vigo).

Ejemplos de jugador autopercebido como profesional (*pro*):

“Pues bueno, yo depende de los juegos... hay algunos juegos que juegas más para pasar el rato, y es un poco más casual...Pero yo la mayoría de los juegos de rol intento ser pues un poco más Pro, Pro gamer por así

⁸³ Generalmente aplicado a los juegos de rol, un *power gamer* es un jugador instrumental que prioriza la consecución de logros lo más rápida y eficientemente posible. Los jugadores *hardcore*, llegan a experimentar situaciones de sufrimiento, frustración o tedio en el juego (generalmente mediante acciones repetitivas y monótonas para lograr recursos) con tal se ser más competitivos en el servidor (Taylor, 2006). “*Playing games does not always feel fun: on the contrary: it quite often appears to be stressful and frustrating*” (Ermi y Mäyrä, 2005: 3)

decirlo. Intento pues siempre tener los mejores equipos, el mejor personaje para poder competir. Ya he dicho que soy una persona muy competitiva y pues siempre me gusta estar en la élite. Y la única forma de competir es tener el mejor personaje con los mejores objetos”. (Entrevista n°: 1. Hombre, 31 años, Madrid).

Los jugadores profesionales demuestran como la práctica lúdica se imbrica con otras esferas de nuestra vida cotidiana, diluyendo y difuminando el círculo mágico (Huizinga, 1954), al interconectar ocio y actividad profesional. Así mismo, es preciso entender mejor la multiplicidad de jugadores, estilos, y escenarios de juego (Hjorth, 2011, 2014) si aspiramos a comprender como los dispositivos ludo-tecnológicos (y otras formas de cultura material) median nuestras relaciones, movilidades, comunicaciones e interacciones (así como nuestro sentido de ser “humano”).

En conclusión, los diferentes estilos de juego hallados son mucho más diversos y dinámicos (Taylor, 2006; Mäyrä, 2009) de lo que la literatura (Wirman, 2009) y los medios de comunicación tienden a asumir. Aunque las hipótesis iniciales esperaban encontrar unos estilos de juego y autopercepciones mucho más homogéneas, consistentes y definidas, los datos recopilados forman una fotografía mucho más diversa y compleja.

6. Multiplicidad de estilos. *Role-players* (interpretación) y *power gamers* (instrumentales⁸⁴ y competitivos).

“El creciente cuerpo de literatura de juegos online multijugador masivo, y más aún de los game studies en general, se han centrado en un jugador genérico –una clase de tipo ideal, el jugador imaginado. Dada la novedad de los game studies este tipo de homogeneidad es incomprensible–”

– (Taylor, 2006: 69)⁸⁵.

Las clasificaciones posibles del estilo de juego son más numerosas y variadas de lo asumible en el presente proyecto de tesis, sin embargo el debate en torno a la categoría dicotómica cooperación/competición ha suscitado innumerables discusiones entre los académicos del juego (Caillois, 1967; Bartle, 1996; Taylor, 2003; Wirman, 2009). Los diferentes modos de juego, competitivos y cooperativos, rearticulan las prácticas, subjetividades y experiencias con los dispositivos tecnológicos. Por este motivo, la incorporación de una pregunta que incidiera en las cuestiones mencionadas parecía simplemente irrenunciable.

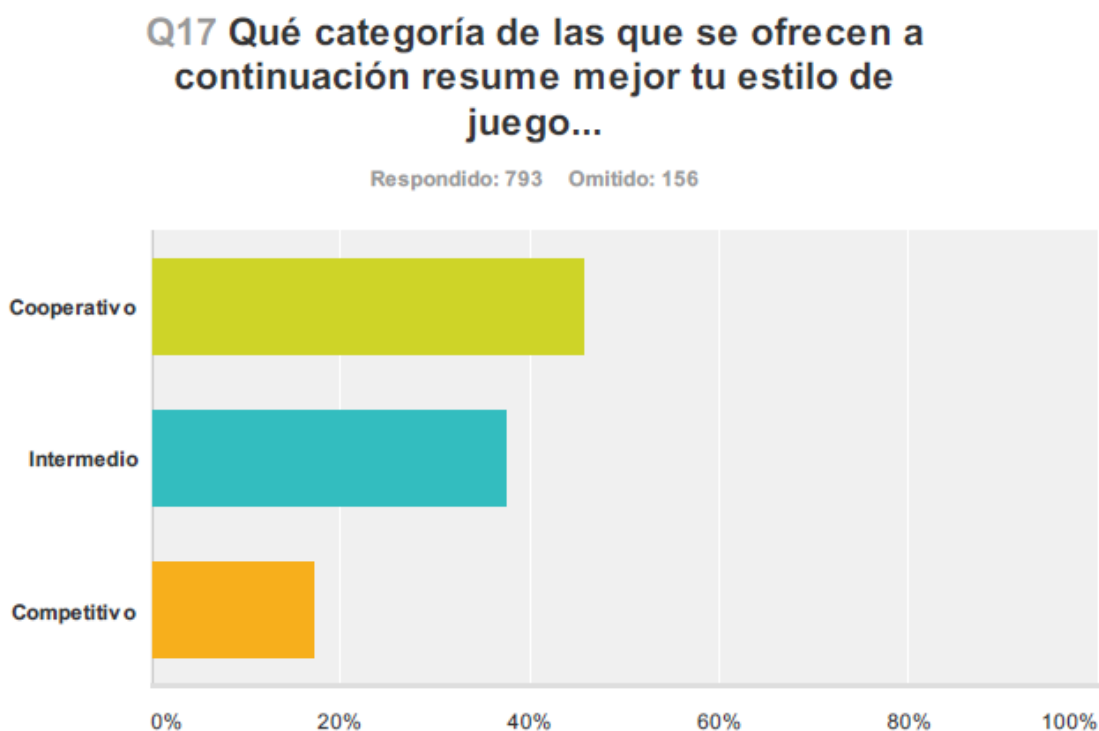
A lo largo de los capítulos y epígrafes precedentes se ha demostrado que los categorías dicotómicas o binarios no parecen del todo útiles a la hora de abordar las prácticas y dispositivos de juego (Licoppe, 2004; Hjorth, 2014). Siendo conscientes de las limitaciones existentes, se ha optado por incluir una opción de respuesta intermedia (véase figura número) que refleje un poco mejor el *continuum* de estilos y jugadores existentes en *Diablo III*, ya que más de un 37% de los jugadores declaró un estilo de juego intermedio entre la competición y la cooperación. Sin embargo, lo más llamativo del gráfico (5.29) es que tan sólo

⁸⁴ Instrumentales y orientados a metas y/o logros (*goal-oriented*).

⁸⁵ Traducción propia del original en inglés: “*The growing body of literature on Massively multiplayer online games, and indeed in game studies in general, typically has focused on a generic player –a sort of ideal type, the imagined player. Given the newness of computer game studies, this kind of homogeneity is understandable–*” (Taylor, 2006: 69)

un 17% de los jugadores se autopercebieron como usuarios competitivos, mientras que cerca del 46% optaron por clasificarse como cooperativos, desmontando el imaginario social que asocia a los videojuegos de rol online como sujetos extremadamente *hardcore*, implicados y altamente competitivos⁸⁶.

Figura 5.29. Estilos de juego habituales (continuo cooperación/competición).



Opciones de respuesta	Respuestas
Cooperativo	45,52%
Intermedio	37,33%
Competitivo	17,15%
Total	

Fuente: Encuesta online.

La dicotomía cooperación/competición (así como otros binarios) no resulta muy operantiva en la práctica, al menos en el caso de *Diablo III* los

⁸⁶ Véase capítulo II (epígrafe dedicado a la a los juegos de rol online multijugador) y capítulo V (epígrafe centrado en la percepción social de los videojuegos de rol online. Desmitificando al rolero).

resultados obtenidos parecen poner en cuestión la incompatibilidad de estilos. Las barreras entre la cooperación y competición son mucho más difusas de lo aparente, no siendo en ningún caso incompatibles e imbricándose con experiencias, contextos e intereses diversos.

“Sí, sí, yo soy bastante competitivo y aunque no de manera profesional con los juegos, porque ni me lo planteo ni quiero, realmente, pero sí como diversión me gusta jugar en equipo mejor, si se puede ganar mejor, sobre todo disfrutar primero pero si se puede ganar, mejor. (Entrevista n°: 2. Hombre, 24 años, Leganés).

“Pues a ver, en mi caso yo creo que claramente soy más colaborativa...o sea, por supuesto que te gusta y tal ser mejor y mejor...pero me gusta más ir mejorando como grupo e ir ayudándonos...y no sé, o sea...a ver, yo creo que en mi grupo más o menos todos somos así...” (Entrevista n°: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

También las distinciones clásicas de productividad y acción expresiva e instrumental resultan muy problemáticas (Taylor, 2006; Puente y Tosca, 2013c; Hjorth, 2014) y poco operativas. Según Wirman (2007, 2009) existirían dos grandes tipos de jugadores en función de su estilo y productividad de juego.

- **Jugadores poderosos (power gamers):** son aquellos usuarios que se caracterizan por una búsqueda de la consecución de logros y metas dinámicas⁸⁷ lo más rápida y eficientemente posible (priorizando un estilo de juego eficaz, instrumental y orientado a objetivos⁸⁸). Utilizan tecnología⁸⁹ y recursos⁹⁰ que optimizan y favorecen el éxito en el juego

⁸⁷ De acuerdo a Taylor (2006) las metas cambian debido al lanzamiento de nuevos parches y expansiones. De tal modo que siempre surgen nuevos objetivos. Además, debido a los procesos de emergencia cultural, los jugadores generan y rearticulan nuevas metas emergentes.

⁸⁸ *Goal-oriented.*

⁸⁹ De acuerdo a Wirman (2007, 2009) los *power gamers* tienen una tendencia a adquirir las últimas novedades tecnológicas para optimizar su actividad en el juego.

⁹⁰ El conocimiento que tienen que manejar los jugadores de juegos de rol es vastísimo (estadísticas, habilidades, estrategias, recursos, hechizos...) y como respuesta a esto surge una serie de contenidos en páginas web y lo que Henry Jenkins (2004), a partir de las ideas de Pierre

(guías, tutoriales...), e incluso en ocasiones la práctica lúdica se convierte en algo profesional (jugadores *pros*) o profesionalizado (*playbour*⁹¹). Se encuentran menos interesados en la historia y trama de juego, pero en ningún caso son jugadores aislados o asociales⁹² (Taylor, 2006). Un ejemplo de este tipo de jugadores serían los jugadores profesionales y farmeadores⁹³ (jugadores que se dedican a acumular recursos de alto valor mediante acciones mecánicas e instrumentalizadas) (Dibell, 2006).

- **Jugadores exploradores (expresivos):** a diferencia de los jugadores poderosos, los exploradores se encuentran altamente interesados en la trama, entorno y exploración del juego. Este tipo de jugadores parecen más proclives a la sociabilidad, interacción (Pearce, 2009) e interpretación de roles.

A partir del análisis de los datos recabados en *Diablo III* no parece encontrarse una correlación estadísticamente significativa entre jugadores instrumentales o expresivos y una mayor o menor tendencia a la cooperación o competitividad. Sin embargo sí se aprecia una leve diferencia entre los estilos de cooperación. Si bien los jugadores poderosos (*power gamers*) tienden a instrumentalizar las relaciones, percibiendo (en ocasiones) la cooperación como una herramienta beneficiosa para la consecución de metas y fines particulares (la cooperación se instrumentaliza, es una herramienta), dicha concepción difiere en el caso de los exploradores, para quienes la colaboración es percibida como una consecuencia de la sociabilidad deseable a la que se aspira (la cooperación tiende a ser un fin en sí mismo). De este modo, los jugadores más interesados en la historia y entorno del juego no se preocupan tanto por los beneficios que les puedan reportar sus potenciales aliados y compañeros de juego desde un punto

Levy (1997), denomina “inteligencia colectiva”. Profundizaremos en este aspecto en el capítulo VII.

⁹¹ El concepto de *playbour* (del inglés *play*= juego y *labour*=trabajo) propuesto por Julian Kücklich (2005) hace referencia al estilo de juego que transita entre lo profesional y lo lúdico (por ejemplo, farmeo, jugadores que venden sus objetos virtuales en eBay, que producen contenido generado por el usuario...). Las barreras entre el juego y el trabajo se diluyen y el círculo mágico (Huizinga, 1954) se difumina imbricando distintas realidades y espacios.

⁹² Tal y como afirma Taylor (2006) el mito del *power gamer* como jugador aislado es completamente falso.

⁹³ Véase glosario terminológico (farmeo).

de vista instrumental. Sin embargo, es muy importante reseñar que se hablamos de tendencias (además de tipos ideales) y que la separación entre jugadores instrumentales y expresivos es altamente compleja, poco nítida y no ha resultado muy operante en el caso de los jugadores de *Diablo III* (los resultados hallados no coinciden claramente con la tipología expuesta por Wirman). De este modo, los datos e información recabada en la presente tesis parecen poner en cuestión los modelos reduccionistas basados en la acción expresiva e instrumental, tal y como afirma Taylor “*it dichotomizes and oversimplifies the much more complicated social experience of players in each category*” (2006: 70). Así mismo, como exponen Puente y Tosca, “*la estricta división de productividad del jugador en dos campos diferenciados, instrumental y expresivo, resulta infecunda e irreal. Se trata de una ficción, ambos lados de la frontera comparten las mismas estrategias*” (2013c: 14), donde hasta el más instrumental de los jugadores se vale de los recursos y acciones expresivas y viceversa. Por ejemplo, frente a las posiciones de Bartle (1996), quien afirma que la exploración para los jugadores instrumentales sólo sirve para encontrar tesoros o recursos, los datos hallados parecen indicar que incluso el más instrumental de los *power gamers* disfruta con la exploración (o al menos no la percibe o experimenta como frustrante o desagradable), independientemente de que prime otros intereses. Taylor (2006) también se muestra muy crítica con estas posiciones que asumen que los jugadores de tendencia más instrumental exploran porque no les queda otro remedio (existe disfrute, no hay incompatibilidad).

Por otro lado, en el siguiente ejemplo, un jugador de tendencia *power gamer* renuncia a la cooperación con sus amigos en favor de optimizar su rendimiento en el juego.

“Incluso hubo un momento que el propio juego te fomentaba jugar solo. Porque era mucho más rentable jugar solo, mucho más fácil, y conseguías más experiencia y mejores objetos cuando tenías que jugar solo. En vez de jugar con amigos, tenías a lo mejor cinco amigos conectados y tenías que jugar solo, porque si no podías avanzar en el juego, y estabas obligado a jugar solo. [...] Y esto acabas jugando solo porque si no podías

avanzar en el mapa y no te salía rentable, lo que jugabas a lo que tenías que pagar en reparaciones. Porque la vida de los monstruos la multiplicaban en exceso. ¿Vale? Cada persona que se introducía en la partida la iban multiplicando, pero llegaban unos puntos que a medida que la vida se multiplicaba el daño que hacían también se multiplicaba y morías ipso facto. Da igual lo que fueras, qué clase fueras que de un golpe morías”. (Entrevista n^o: 10. Hombre, 25 años, Madrid).

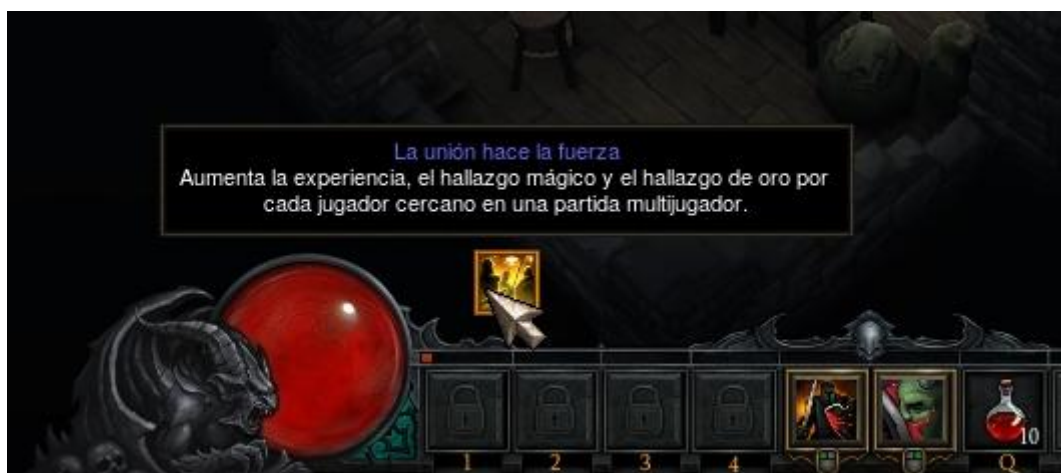
De este modo, las metas (y los sacrificios hechos para conseguirlas) pueden servir de indicador para ubicar a los jugadores en una tendencia ideal u otra. Por ejemplo, el deseo de alcanzar nivel 50 en tres semanas frente a objetivos más flexibles o menos exigentes (tendencias menos competitivas).

Asimismo, también se manifiesta en la cita mostrada como el diseño del juego o dispositivo (*game mechanics*) igualmente condiciona las posibilidades de interacción, práctica y estilo de juego, en un ejemplo de agencia compartida⁹⁴, ya que en determinado momento de *Diablo III*, el propio diseño programado penalizaba a los usuarios que optaban por partidas cooperativas, dificultando en extremo la consecución de logros y objetivos (algo insalvable para los jugadores competitivos). Dicha situación se revirtió rápidamente pasando a otorgar bonos y beneficios a los jugadores que optaban por colaborar en partidas multijugador, fomentando la sociabilidad y cooperación⁹⁵.

⁹⁴ Véase capítulo VIII cultura de juego.

⁹⁵ La productora de *Diablo III* (*Blizzard*) se vio abocada a favorecer la colaboración y sociabilidad entre jugadores aceptando las demandas de un público mayoritariamente cooperativo.

Figura 5.30. Bonus de experiencia y hallazgo de recursos por cooperación en partida multijugador.



Fuente: captura de pantalla (*Screenshot*) *Diablo III*.

Un último ejemplo de cómo el diseño del dispositivo media las interacciones y estilos de juego lo encontraríamos en el caso de la selección del nivel de dificultad por parte de los usuarios (*Diablo III* permite que los jugadores pueden adaptar⁹⁶ el grado de dificultad a su estilo, experiencia y expectativas de juego).

Como se expone en el capítulo VII acerca de la cultura de juego, los sujetos que encajarían en lo que se ha denominado como *power gamers* no son jugadores aislados o desinteresados en los contenidos expresivos, sino todo lo contrario, contribuyen y visitan con frecuencia sitios especializados en la producción de contenido generado por el usuario (Puente y Tosca, 2013c). En línea con los hallazgos de Taylor (2006) mientras que los jugadores más casuales harían consultas esporádicas o alguna que otra colaboración, los *power gamers* se suelen mostrar más comprometidos con este tipo de plataformas de “inteligencia colectiva” (Jenkins, 2006).

A raíz de los datos expuestos, hay que ser especialmente sensibles a los diferentes estilos y formas de interacción, mediación y comunicación en los

⁹⁶ Los jugadores de *Diablo III* pueden variar el nivel de dificultad de la partida en un rango de 1 a 10. Siendo 1 dificultad mínima y 10 dificultad máxima.

espacios lúdicos. Pese a que existe una minoría de jugadores interesados en un único aspecto de la experiencia de juego⁹⁷, la compleja variedad de posiciones e intereses subjetivos parece enfrentarse a modelos reduccionistas del estilo y compromiso con el juego y dispositivo. Si bien dichas tipologías pueden resultar útiles como tipos ideales (Weber, 1964), no podemos perder de vista que se trata de modelos simplistas que no encajarían con lo hallado en la realidad empírica de *Diablo III*, una realidad donde los jugadores entrelazan competición/colaboración y expresividad/instrumentalidad (en diferentes grados dinámicos) desarrollando variadas prácticas en redes de actividades tecnológicamente mediadas, como puede verse en los siguientes fragmentos.

“Pues a mí lo que más me gusta es el PvP⁹⁸ por la adrenalina que se te pone en el momento. Eso de competir, yo soy una persona competitiva, y competir contra otras personas siempre me ha gustado. Pero también he de decir que como todo aburre en exceso, entonces pues también me gusta la historia, me gusta equipar al personaje, me gusta explorar...Yo creo que un juego para ser entretenido tiene que tener varias motivaciones, si es solo PvP o es solo llevar, como diríamos nosotros es sólo farmear, pues de todo te acabas aburriendo. Yo creo que necesitas otros entretenimientos, conseguir logros, el poder hacer tu casa, farmear cosas para conseguir mejoras, PvP, que sea un poco variado...Que tengas varios alicientes”. (Entrevista n^o: 1. Hombre, 31 años, Madrid)

“Quizás no me interesen tanto los logros como sí finalizar la historia y desarrollar pues a lo mejor...el Diablo tiene un límite de niveles, pues sí llegar... si me identifico con el personaje que he elegido, y me gusta y demás pues sí intento llegar con él hasta el máximo nivel y optimizar los objetos y demás que tiene el personaje para finalizar el juego y llegar al

⁹⁷ Ejemplos de citas: “exploración ninguna, ehh...vas, matas bichos y vuelves a empezar...”(Entrevista n^o:8); “Sí...Yo era, yo principalmente lo que buscaba era la mejora de equipo siempre. Para conseguir tener mejor equipo y hacer las cosas todavía más rápido aún. Era el mayor objetivo que tenía en ese juego. (Entrevista, n^o10); “No tenía ninguna motivación por jugar, prácticamente el equiparte, una vez que te equipas y lo haces todo fácil...Ya no tienes ninguna más motivación. No hay más objetivos que conseguir el equipo, no hay runas, no hay nada, nada, nada que motive” (Entrevista n^o:1)

⁹⁸ Player versus Player (enfrentamientos jugador contra jugador).

nivel máximo, sí” (Entrevista n°: 2. Hombre, 24 años, Leganés).

“Yo soy muy de explorar, no me gusta dejarme nada...el ir descubriendo todo el mapa y las sub-tramas...es lo de antes ¿no?, que me gusta tenerlo todo bien controlado, y conocer todos los recovecos del juego. Aunque bueno, a ver... es cierto que al principio la historia era lo más importante, pero como es un juego muy repetitivo, a medida que juegas más es como que la historia pierde peso y como que te centras más en otro tipo de cosas, ¿no? Mmmm...” (Entrevista n°: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

“Hombre, en general prefiero el juego con más gente, incluso te diría que por equipos, por así decirlo, porque me gusta mucho ayudarnos unos a otros o entre todos conseguir logros y como desarrollar una serie de habilidades distintas de cada personaje para conseguir un fin común. (Entrevista n°: 2. Hombre, 24 años, Leganés).

Tal y como se desprende de las citas mostradas, nuevamente se muestra como las categorías de estilo de juego no son estáticas o permanentes, sino que las motivaciones y hábitos van cambiando en función del tiempo, subjetividades, contextos, experiencias y mecánicas de juego. De esta forma, el estilo de juego va evolucionando y las categorías de clasificación expuestas constriñen una realidad dinámica y diversa. Por ejemplo, veamos un caso a continuación en el que los estilos de juego en partida múltiple tienen que ser negociados entre los diferentes usuarios donde distintos intereses y motivaciones entran en confrontación.

“Sí, por ejemplo, a mí la exploración es algo que siempre me ha gustado en todos los juegos RPG. Y sí que me pareció un poco gracioso con respecto a mis amigos que ellos iban mucho más rápido que yo y a lo mejor me perdía en un mismo mapa porque yo me gustaba explorar hasta el último rincón. Y ellos iban pues más a cuchillo, a ir avanzando, avanzando, avanzando...y no me quedaba otra que al final ir cogiendo un poco más su ritmo, pero cuando he jugado yo solo, pues eso, me gusta explorar hasta el último rincón y gracias a eso pues fui descubriendo pues

los códigos, los libros que te hablaban un poco de todos los personajes...”
(Entrevista n^o: 6. Hombre, 30 años, Segovia).

“pues ya te digo...era un poco obsesa de la exploración y siempre les decía al resto “!!parad, parad!!”, que nos dejamos esto sin abrir, o no hemos hablado con este personaje”, o “no paséis las conversaciones tan rápido...”. (Entrevista n^o: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

De este modo, se observa como el estilo de juego responde también a lógicas de emergencia y negociación. Los distintos intereses y prácticas confluyen en estrategias más o menos consensuadas por los jugadores en las que los usuarios readaptan sus estilos predilectos. Así mismo, en cuanto a la influencia de las reglas y diseño del juego, los sujetos que tienden más a la competición van alterando sus prioridades debido a unas mecánicas repetitivas de juego (y viceversa). De esta manera, el cansancio y la monotonía en la práctica lúdica redirigen a los usuarios más orientados a fines y metas hacia un mayor interés en la exploración o la generación de contenidos diversos. Este aspecto nos recuerda como los estilos de juego no dependen únicamente de los usuarios, sino que se trata de una agencia compartida, de redes de actuación mediadas, que entrelazan espacios y prácticas que van conformando una cultura de juego reticular.

“Pues por ejemplo, en conseguir mejores objetos, más logros...no sé, o sea, mejorar en general. Una vez que ya se repite la historia pues ya va perdiendo interés, y yo, al menos en mi caso, pues me interesé más en lo que es la mejoría ¿no?” (Entrevista n^o: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

7. Jugadores controvertidos. Cuando los estilos se vuelven conflictivos.

Un fenómeno ligado a de los estilos de juego (Aarseth, 2007) es el empleo de trucos o trampas (*cheating*) para conseguir ventajas o beneficios en los escenarios de interacción. La retórica que ha vinculado a los *cheats* con jugadores profesionales o *hardcore* ha sido un total error. La equiparación del empleo de trucos con *power gamers* -como ejemplos de estilos que perturban y corrompen el auténtico espacio de juego (Huizinga, 1954; Taylor, 2006)- es inapropiada y altamente imprecisa. En cualquier caso, el fenómeno del *cheating* ha suscitado amplios debates, desasosiegos y controversias (Wirman, 2007; Mortensen, 2008; Consalvo, 2009).

Según Consalvo (2007), Egenfeldt-Nielsen, Smith y Tosca (2012), podemos entender la práctica del *cheating* como cualquier comportamiento que genera una ventaja injusta sobre los oponentes o que va en detrimento del espíritu del juego⁹⁹ (deshaciendo el círculo mágico de Huizinga). Sin embargo, los términos "injusto" o "espíritu de juego" son claramente subjetivos, y hacer trampa es una construcción social realizada en conjunto (Goffman, 1959; Consalvo, 2007). De este modo, fenómenos como los trucos, el *gold farming* (acumulación de oro virtual para su venta por dinero físico) o la compra de ítems o de cuentas de juego, pueden ser aceptados o reprobados en función de los diferentes contextos y escenarios culturales en los que se desarrollan (por ejemplo, mientras que el *gold farming* cuenta con numerosos detractores entre los usuarios españoles, es una práctica ampliamente aceptada entre los jugadores asiáticos¹⁰⁰).

⁹⁹ Consalvo (2007), solicitó a los jugadores en su investigación que definieran lo qué entendían por hacer trampas, dando lugar a tres categorías: 1) Cualquier acción que no implique conseguir algo en el juego por su propia cuenta, 2) Romper las reglas del juego (alterando el código de programación), 3) El engaño, manipulación o la mentira a otros jugadores.

¹⁰⁰ Véase: "Gaming Cultures and Place in Asia-Pacific" (Hjorth y Chan, 2009).

Pero a pesar de la aparente claridad de las reglas de juego, los videojuegos multijugador siguen implicando a menudo la negociación colectiva y emergente de normas informales, es decir, es preciso que los jugadores lleguen a un entendimiento mutuo acerca de cómo se debe jugar el juego (por ejemplo, tal y como veremos en el capítulo VII algunos grupos de usuarios prohíben la elección de determinados personajes o estipulan reglas alternativas para el comercio).

Las investigaciones de Consalvo (2007) ponen de manifiesto que la idea de utilizar trucos en juegos multijugador, como *Diablo III*, no cuenta con demasiada aceptación entre el resto de jugadores¹⁰¹. La mayoría de los usuarios son contrarios a consentir que se realicen trampas y se acabe con la “magia” del juego (Huizinga, 1954). Penalizar a los jugadores que han infringido reglas y utilizan *cheats* parece fundamental para mantener la estructura y el atractivo del juego ya que “*si los jugadores no tienen la capacidad de castigar a los que se ha pillado engañando (o son sospechosos de hacerlo), desaparece la cohesión del grupo y la experiencia del juego se resiente*” (Fehr y Gächter, 2002)¹⁰². Las penalizaciones pueden ir desde una expulsión o restricción temporal o total (*baneo*¹⁰³), a limitaciones variadas, advertencias a los administradores o incluso hasta la muerte virtual [Taylor (2006) afirma que ha sido testigo de cómo jugadores han matado a otros usuarios virtuales como acto de castigo por utilizar *cheats*].

En una línea similar, los datos recabados en esta investigación, parecen coincidir en que cuando alguien se desvía de las normas establecidas resulta una disfunción en los espacios de interacción; que puede derivar en castigos, desasosiegos, penalizaciones, inestabilidad o conflictos que atentan contra la cultura de juego dominante. De este modo, los usuarios de *Diablo III* (en su mayoría) parecen rechazar el *cheating* y las prácticas de juego desviado (*grief play*) ya que éstas acaban con el interés, la competitividad y desestabilizan las

¹⁰¹ Es importante comprender que las conclusiones del estudio de Consalvo (2008) tienen que ser entendidas en el contexto sociocultural de los jugadores americanos. No siendo generalizables para otro tipo de jugadores.

¹⁰² Disponible en: (Consalvo, 2009: 253).

¹⁰³ Del inglés “ban” hace referencia a una restricción total o parcial del usuario dentro del sistema.

rutinas de juego (Huizinga, 1954; Caillois, 1967; Goffman, 1959; Castronova, 2001, 2005; Mortensen, 2008).

“A mí personalmente no me gusta nada ni que haya trucos ni que la gente los utilice. Si tú juegas a un juego que tiene un cierto nivel de dificultad ahí está la gracia para ir superándolo. Si empiezas ya a recurrir a trucos, trampas y demás...Pues yo eso sí que personalmente no lo respeto ni lo comparto” (Entrevista nº: 6. Hombre, 30 años, Segovia).

“Pues los odio la verdad, no entiendo que te gastes dinero en un juego para luego manipularlo ¿no?, es destrozar todo el encanto del juego, como hacerte trampas al solitario ¿no? Mmmm...no sé, ni los he utilizado ni lo haré” (Entrevista nº: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

“Pues yo nunca los cheats nunca, nunca, nunca me han gustado [...] un juego que tenías que dedicar mucho tiempo para llevar y tener un personaje en condiciones. Entonces la gente que los usaba lo conseguía sin ningún esfuerzo, entonces ya no luchabas en igualdad de condiciones. El problema está en que cuando uno lo usa ya nunca vas a estar en igualdad de condiciones. Entonces yo soy de la opinión de que o todos lo usen o no se pueda usar. El problema es que no entiendo por qué los juegos no limitan eso, o sea, no he visto juego en el que no se haya podido hacer trampas, botear¹⁰⁴, farmear, vender oro...O sea, en ningún juego ha conseguido controlar eso, y yo eso lo veo la pérdida del juego”. (Entrevista nº: 1. Hombre, 31 años, Madrid).

“Pues, no tiene sentido ¿no? Porque si al final estamos jugando... no sé, no te va a dar...Claro luego cuando llegue el PvP pues sí tendrán una ventaja frente al resto, entonces en ese sentido si es un poco injusto pero...y sí que Blizzard tal vez sí debería preocuparse un poco más por

¹⁰⁴ Del inglés “bot/robot” hace referencia al uso de programas informáticos que permiten sustituir o imitar el comportamiento de un usuario en un entorno virtual. En el ámbito de los videojuegos en empleo de bots facilita obtener recursos mientras el jugador está ausente (el programa sustituye al jugador real engañando al juego).

resolver ese tipo de problemas que por otras cosas...No sé...”
(Entrevista n^o: 9. Mujer, 23 años, Getafe).

“No...soy bastante legal en ese sentido. Porque por ejemplo tenía al mago que salió un bug¹⁰⁵ que si hacías no sé qué cosa eras invencible durante un tiempo...y hasta que lo arreglaron. Pero claro, creo que estuvieron una semana hasta que arreglaron el bug ese y alguien lo descubrió y era como claro, ahora puedes ser invencible si eres un mago. Y aun así no lo usé nunca, porque no me gusta, creo que los juegos... ¿qué reto tiene el juego? Pues aquí lo mismo, si eres invencible o consigues las cosas de manera mucho más fácil...pierde el reto, que es parte del interés del juego”. (Entrevista n^o: 5. Mujer, 27 años, Barcelona).

¿Pero qué ocurre cuando no se castiga a los usuarios que emplean trucos?, en el caso de *Diablo III*, la permisividad percibida por los jugadores ante el empleo de *cheats* o el aprovechamiento masivo de *bugs* suscitó la ira de gran parte de la comunidad (ante la ineficiencia y cierta pasividad de los administradores¹⁰⁶), derivando en la explotación y el empleo de trucos o estrategias desviadas por todo tipo de usuarios.

“Pues que es poco para lo que tenían que haberles hecho para que espabilaran. Tenían que haberles reventado el juego, no solo las gemas. Yo sin más he sido una de esas personas que ha utilizado cheats, ebuddy,

¹⁰⁵ Un bug es un fallo en el juego. En este caso el fallo podía ser aprovechado por los jugadores para obtener ventajas competitivas (siendo invencibles).

¹⁰⁶ Durante más de tres semanas, un fallo en el juego permitió a ciertos usuarios duplicar un recurso muy valioso en el juego, éstas son, las gemas. Este aspecto derrumbó el precio de dichos recursos y permitió enriquecerse a los jugadores que se aprovecharon del fallo, generando grandes frustraciones y desasosiegos entre el resto de jugadores. *“Aquí en Diablo III, [...] las gemas que tenían un gran valor en este juego. En este juego tienen un valor muy alto porque hay muchas más tipos gemas que en Diablo II y la última se le daban un valor, yo no sé si 20 o 25 o 30 millones de oro que realmente es mucho, y las consiguieron duplicar. Tenían un precio altísimo por aquella época en la subasta, estaban muy valoradas y al conseguir duplicarlas, pues el mercado como que quebró un poco. Se rebajaron...el precio bajó estrepitosamente de las gemas y realmente si tu habías comprado gemas justo antes de que esto sucediera, pues habías pagado un precio que se había dividido muchas veces luego. Fue un problema, la verdad que yo no sé si duró 3 o 4 semanas, pero sí que fastidió un poco a la gente por eso, porque había gente que estaba haciendo mucho oro a costa de las gemas y no lo controlaron durante mucho tiempo”.* (Entrevista n^o: 2).

para botear, me banearon una cuenta. Por simple desesperación. O sea, al final la gente termina diciendo lo que hice yo "que le den al juego", y yo sigo...prefiero botear y ganar dinero, si lo consigo; y que esté todo el día matando él solo, hasta yo sacrificado, [...] entonces al final te desesperas y puedes cometer el error que yo cometí y ponerte a botear¹⁰⁷". (Entrevista n°: 8. Hombre, 26 años, Leganés).

Sin embargo, la percepción del *cheating* y actividades desviadas dependen altamente de las situaciones¹⁰⁸ y contextos culturales donde se practican¹⁰⁹. Por ejemplo, Castronova (2001, 2005) plantea que la compra-venta de objetos por dinero real puede resultar altamente perjudicial para el desarrollo y experiencia de juego (considera que la "fantasía" que persigue crear el *gameplay* se puede venir abajo al permitir que otros jugadores comercien con objetos y dinero real). Sin embargo autores como Mortensen (2008) discrepan parcialmente al considerar que dichas vías pueden ser una alternativa útil para jugadores muy comprometidos pero que por falta de tiempo no pueden competir en igualdad de condiciones con el resto de usuarios. Es más, muchos jugadores entrevistados no compran objetos con dinero real porque hay otros que desaprueban este tipo de conductas, y dudan de su legitimidad. *"La presión social y el miedo a perder la reputación actúan como importantes barreras"* (Mortensen, 2008: 217). De este modo, en *Diablo III* es común encontrar ciertos jugadores que utilizan estrategias desviadas o *cheats* para ganar competitividad en el espacio de juego, sin embargo, tratan de mantener las apariencias (las impresiones tienen un aspecto idealizado) intentando evitar acciones no compatibles con los estándares ideales o al menos tratando de encubrirlos (Goffman, 1959). Por ejemplo, en el caso mencionado del *boteo* (empleo de programas de sustitución), si los jugadores no son discretos y no guardan las apariencias pueden recibir la ira del resto de los usuarios, o peor

¹⁰⁷ Resulta altamente interesante como el jugador es totalmente consciente del error que implica la utilización de trucos y bugs, arrepintiéndose posteriormente de su conducta.

¹⁰⁸ Para Consalvo (2009) el concepto de trampa es muy controvertido ya que para cada jugador es diferente. Por ejemplo, para algunos usuarios tan sólo es trampa cuando sus efectos afectan a otros jugadores, mientras que para otros hacer trampas también incluye cuando un jugador utiliza ayudas extra y se engaña así mismo, independientemente de que afecte a otros jugadores.

¹⁰⁹ Taylor (2006) considera que el análisis del juego desviado y el *cheating* tan sólo tienen sentido dentro de vía contextualización. Frase mal construida

aún, ser descubiertos por parte de los administradores y acabar siendo expulsados terminantemente del servidor de juego.

Por último, otra de las estrategias desviadas más comunes es la conocida como *grief play* o juego doloroso. La amplia categoría de "*grief play*" incluye cualquier comportamiento de los jugadores que intencionalmente causa malestar, incomodidad o frustración en otros usuarios y que, por regla general, no está relacionado con los logros o condiciones ganadoras del juego. Ejemplos como el *troleo*¹¹⁰, el acoso vía chat o foro, las bromas insistentes o el asesinato de otros jugadores por mera diversión pueden ser comprendidos en esta categoría. Erving Goffman (1959), denominaba a este tipo de jugadores como cínicos, dado que malinterpretan conscientemente sus roles y papeles con el fin de perturbar a la audiencia. De este modo, los cínicos pueden experimentar "*una especie de gozosa agresión espiritual ante la posibilidad de jugar a voluntad con algo que su público debe tomar seriamente*" (1959: 30).

En el caso de *Diablo III* uno de los ejemplos de *grief play* más comunes se produce en el modo incondicional de juego (donde si un jugador muere, pierde a su avatar para siempre). En dicho modo algunos jugadores se dedican a perjudicar a otros usuarios (en partida pública) favoreciendo su muerte definitiva, dejándoles solos ante amenazas graves, por simple diversión.

"No sé, incluso en el tema incondicional, que si moría tu personaje morías, había gente que se dedicaba a matarte directamente"
(Entrevista n°: 10. Hombre, 25 años, Madrid).

A modo de conclusión, parece claro que debemos prestar mayor atención a la compleja variedad de estilos de juego sin perder de vista los contextos socioculturales en los que han de ser analizados (Mäyrä, 2009). Las trampas, *cheats*, códigos de reglas, normas de comportamiento o tipos de penalización están a menudo infrarrepresentados en los análisis del juego. Sin embargo, este

¹¹⁰ *Troll (trolleyo)*: en la jerga de Internet, un *troll* es un usuario que se caracteriza por un comportamiento perturbador y provocador con el fin de molestar a otros sujetos por mera diversión.

tipo de prácticas cumplen un papel muy importante en los procesos de articulación y negociación de la cultura de juego simbólica y gestión del conflicto.

CAPÍTULO VI:
JUGANDO A DIABLO. EL DISPOSITIVO
LÚDICO COMO ESPACIO SOCIAL DE
INTERACCIÓN Y PERFORMANCE.

CAPÍTULO VI: JUGANDO A DIABLO. EL DISPOSITIVO LÚDICO COMO ESPACIO SOCIAL DE INTERACCIÓN Y PERFORMANCE.

Cazadora de demonios: *¿Te educaron para ser un templario?*

Templario: *No. Nuestras escrituras dicen: "Igual que el granjero siega el trigo, la orden cosecha y purifica las malas hierbas".*

Cazadora de demonios: *Mi iniciación fue más informal. Me preguntaron si quería cazar demonios y dije que sí.*

Templario: *Sería más sencilla, sí, pero tu orden mata a los monstruos. La mía los redime.*

— *Diablo III*¹.

Una vez concluida la descripción de los diversos perfiles de jugadores hallados en *Diablo III*, es el momento de ahondar en las cuestiones relativas a la experiencia de juego. A lo largo del presente capítulo, recorreré algunos de los aspectos más significativos de la interacción y performatividad, tratando de revelar los mecanismos subyacentes y expectativas de trasfondo (Garfinkel, 1968a, 1972) que operan en el manejo de las impresiones² y la práctica lúdica. Comenzaré abordando las problemáticas referentes a los avatares y la subjetividad, para, posteriormente, explorar la cotidianeidad (ritualización³ de actividades y actuaciones). Asimismo, dedicaré los siguientes epígrafes a la historia, interacción social y representación en *Diablo III*, repensando algunos de los aspectos técnicos del juego desde la óptica más sociológica (sistema de comercio, economía y objetos).

¹ Fuente disponible en: <http://freakuotes.com/frase/3226/cazadora-de-demonios-y-templario-diablo-iii>

² De acuerdo con Goffman (1959,) la expresividad del individuo (su capacidad de generar impresiones) involucra dos tipos de actividad significativa: 1) La expresión que intencionalmente da (símbolos verbales, la información que él y otros atribuyen a estos símbolos, la comunicación tradicional...) y 2) la expresión que emana de él (aquí se incluyen las acciones que los otros pueden considerar como sintomáticas del actor, considerando que han sido realizadas por razones ajenas a la información transmitida).

³ Véase metáfora del rito en el capítulo III "Marco teórico". Adicionalmente se recomienda la consulta de: Goffman, E. (1979). *Relaciones en público. Micro estudios de Orden Público*, Madrid: Alianza Universidad.

1. El primer contacto con *Diablo*. Personajes (avatares), exploración, interacción y búsqueda de la cotidianidad.

1.1. Personajes y avatares⁴.

Debido al auge de los medios sociales interactivos y las tecnologías de la información y comunicación (TIC)⁵, los "avatares", representaciones gráficas de los usuarios generadas a través de dispositivos tecnológicos virtuales⁶, se han convertido en un vínculo crucial entre los usuarios y los espacios digitales en los que éstos navegan, permitiendo su identificación por parte del resto de los sujetos de la comunidad. Pero, ¿de dónde proviene la noción de avatar? Si bien el término moderno proviene del francés "avatar", las raíces primitivas del vocablo radican su origen en el sánscrito "avatâra"⁷ remontándonos a las antiguas escrituras hindúes (que datan del 200 a.C.) para referirnos a las encarnaciones terrestres de alguna deidad (frecuentemente Visnú, diosa de la bondad). Sin embargo no será hasta bien entrado 1985 cuando el afamado dominio multiusuario *Hábitat*⁸ - considerado como el primer juego de rol online multijugador⁹- recuperó el concepto para hacer referencia a las representaciones gráficas del usuario

⁴ Pequeños extractos del presente epígrafe (introducción a los avatares y representación) han sido extraídos del trabajo fin de máster del doctorando. Puente, H (2011). *Las relaciones sociales en los videojuegos en red*, Madrid, Editorial Complutense. ISSN: 1989-9610. disponible en: http://www.academia.edu/1175273/LAS_RELACIONES_SOCIALES_EN_LOS_VIDEOJUEGO_S_EN_RED

⁵ Hoy en día, los avatares están cobrando una creciente importancia en nuestra sociedad, y ya no sólo se usan en los juegos digitales, sino que es un fenómeno que se está extendiendo progresivamente a otras esferas y escenarios de la realidad, tales como las aplicaciones de comercio electrónico, redes sociales, reuniones virtuales o conferencia.

⁶ De acuerdo a Coleman: "*In contemporary language an avatar is a computer generated figure controlled by a person via a computer. It is often a graphical representation of a person with which one can interact in real-time. I make the case for an expanded definition of avatar that includes a wider array of media forms and platforms such as Voice over Internet Protocol (VoIP), instant messaging (IM) and short message service or text messaging (SMS), and uses of social and locative media. I argue a broader scope of avatar activity in order to understand better how we are engaging current networked media*" (2011: 12).

⁷ Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=avatar

⁸ *Hábitat*, creado en 1986 por Lucas Films Games y Quantum Computer Services fue un juego de rol multiusuario destinado a los ordenadores domésticos Commodore 64. Los jugadores, siguiendo a Levis estaban "representados por personajes animados, denominados avatares, que en general tenían apariencia humanoide" (1997: 1).

⁹ MMORPG: Massively Multiplayer Online Role-Playing Game. Juego online de rol multijugador masivo.

(fachada personal¹⁰ goffmaniana) en mundos virtuales o metaversos. De este modo, a través de los avatares, los individuos podían ser reconocidos e interactuar con el resto de jugadores y/o medio. Progresivamente extendidos a otro tipo de dispositivos digitales, los avatares funcionan como instrumentos que median (Latour, 1998, 2001; Tirado y Doménech, 1998; Lasén 2012) la interacción y constituyen, así mismo, un mecanismo de inscripción del cuerpo y de la subjetividad.

Las implicaciones de los avatares¹¹ en los procesos de práctica e interacción lúdica parecen, entonces, más que evidentes. Sin embargo, según Taylor (2006), la falta de atención que han recibido éstos por parte de la comunidad investigadora, se basa en una empobrecida visión de la naturaleza de los cuerpos (online y offline) y su relación con el mundo social, la identidad y procesos de construcción del yo (Foucault, 1983). Los modelos presentados han sido simplistas y estereotipados, de tal modo que el reconocimiento de la sociología del cuerpo e identidad podría ser muy interesante para guiar este tipo de estudios.

“Los cuerpos no son simples objetos neutrales que no están relacionados con nuestra experiencia pero actúan como mecanismos centrales a través de los cuales nuestra identidad y conexiones sociales son compartidas”
(Taylor, 2006: 117).

La generación y diseño de avatares suele comprender tres aspectos que coinciden con las características señaladas por Lasén (2012) en su análisis de las prácticas de las autofotos o *selfies*, y que tienen que ver con los mecanismos de presentación del cuerpo y del yo, representación (ante uno mismo y los demás) y *encarnación* (configuración e inscripción de los cuerpos). Estas tres dinámicas, que operan simultáneamente, constituyen los modos en los que los sujetos representan e inscriben (Foucault, 1983) doblemente su cuerpo (online y offline)

¹⁰ Para Goffman (1959) la fachada personal constituyen los rasgos de apariencia y modales (que suelen ser fijos) en los individuos.

¹¹ Lejos de ser una mera creación individual *“el avatar es un mecanismo de acción social, y la creación de la identidad del jugador emergerá en un contexto particular a través de un conjunto de interacciones con un grupo concreto de personas”* (Pearce, 60:2009). Los avatares, así mismo, ayudan a los jugadores a descubrir aspectos de sí mismos de los que ni siquiera eran conscientes. En ocasiones estas formas de expresión pueden ser subversivas.

mientras sus prácticas dejan una impronta digital que puede ser rastreada mediante observación (pantallazos, vídeos, intercambios, contenido generado por el usuario...). Como veremos un poco más adelante, las prácticas lúdicas y los procesos de interacción con avatares en diferentes contextos y escenarios van configurando e inscribiendo los cuerpos e identidades que transitan entre espacios (Hjorth, 2012).

Los avatares, como extensión virtual del cuerpo, rearticulan los modos en que los jugadores actúan y performan en público (Goffman, 1959), a la vez que constituyen sistemas de mediación e inscripción. El cuerpo y los avatares no son dados, sino que son construcciones sociales (Cooley, 1930; Mead, 1968; Garfinkel, 1968a; Turkle, 1995¹²; Taylor 2006) donde no sólo interpretamos y expresamos identidades, sino que a través de los cuerpos la sociedad es actuada (Taylor, 2006). Asimismo, añade Taylor, *“los cuerpos tienen un significado social particular y son a menudo lugares de profunda controversia”*¹³ (2006: 117). Dichas problemáticas, afloran y se manifiestan rápidamente en el caso de los avatares de *Diablo III*. Un ejemplo significativo sería la inclusión de la opción de selección de sexos por parte de los jugadores y jugadoras (posibilidad inexistente en los títulos anteriores de la saga). De este modo, los sujetos encuestados reclaman mayores opciones de *customización* o personalización, aspirando a lograr representaciones con las que se sientan más identificados y diferenciados de los demás (el análisis de los avatares contribuye a repensar las nociones de representación, identificación y encarnación).

“También me parece que los personajes son muy parecidos, solo los diferencian los objetos que llevas puestos, en una partida si tu llevas un monje y otro lleva otro monje, pocas diferencias hay. Yo creo que deberían haber puesto una customización de lo que es quizá el aspecto físico, para que pudieras diferenciar unos personajes de otros aun siendo de la misma clase” (Entrevista n°: 2. Hombre, 24 años, Leganés).

¹² “When we step through the screen into virtual communities, we reconstruct our identities on the other side of the looking glass” (Turkle, 1995: 178).

¹³ Traducción propia del original en inglés: “bodies carry particular social meanings and are often profound sites of contestation” (Taylor, 2006: 117).

“Yo creo que en eso flojea un poco ¿no? [...] quizás una mayor posibilidad de customización de los personajes...más estilo Sims o de ese tipo, que los avatares que utilizas te permiten muchas más opciones de personalización...o sea, adaptarlos más a ti, a tus gustos...” (Entrevista n°: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

“Poco personalizables los personajes también, porque vienen...Son todos muy parecidos ¿sabes? O sea, son todos iguales porque al final todo el mundo acaba llevando los mismos objetos” (Entrevista n°: 10. Hombre, 25 años, Madrid)

Asimismo, los datos recopilados a través de la encuesta online parecen coincidir con los hallazgos obtenidos mediante las entrevistas en profundidad, revelando, nuevamente, una profunda insatisfacción con las opciones de personalización del avatar. De este modo, observamos en la siguiente tabla las valoraciones que realizan los jugadores de *Diablo III* acerca de las posibilidades de *customización*; tal y como se observa, casi un 59% del total de sujetos encuestados afirma sentirse poco o nada satisfecho con las opciones de personalización, es más, en significativos casos¹⁴ se apunta a los problemas de identificación como uno de los grandes fallos o aspectos a mejorar del juego en cuestión.

Figura 6.1. Valoración de las opciones de personalización del avatar (respondido 786, omitido: 163)¹⁵.

Muy satisfactorias	Satisfactorias	Aceptables	Poco satisfactorias	Nada satisfactorias	Total
1,78%	11,96%	27,35%	27,99%	30,92%	786
14	94	215	220	243	

Fuente: elaboración propia a partir de encuesta online.

A la vista de la información recogida, todo parece indicar que la identidad

¹⁴ Información extraída a través de las entrevistas en profundidad.

¹⁵ Obsérvese que los porcentajes relativos de cada ítem de respuesta se ofrecen en negrita, mientras que los datos en bruto sobre el total de respondientes (786) se ofrecen debajo de los porcentajes en gris claro.

y representación son dos aspectos clave a la hora de seleccionar un avatar, y en el caso de los videojuegos de rol online además se encuentra fuertemente vinculada a la identificación con las habilidades de los personajes. Según Tronstad (2008) la apariencia o cualidades representacionales no sólo consisten en la apariencia física del avatar, sino que se encuentran estrechamente ligadas a la percepción y habilidades adscritas de rol (Goffman, 1959). Un jugador puede elegir al bárbaro por sus capacidades, pero inevitablemente éstas se convertirán en apariencia e inscripción. Por ejemplo, el bárbaro tiene mucha fuerza, habilidades de lucha de cuerpo a cuerpo, y posiblemente esto condicione la representación o apariencia, en el sentido de cómo es percibido por el resto de jugadores y por uno mismo (Mead, 1991). Las capacidades¹⁶, por tanto, son claves a la hora de entender la identificación con el personaje, y se refieren a todas las posibilidades de interacción con las mecánicas del juego (raza, nivel, estadísticas, armas, ítems, hechizos...), actuación de roles y manipulación de las impresiones (Goffman, 1959). De este modo, las habilidades y experiencias con los avatares inscriben el cuerpo (online y offline) y constituyen una parte fundamental de la representación e identificación.

“con el que más horas he echado con diferencia ha sido con el bárbaro. Porque después de ir probando un poquito todos los personajes, me pareció que era el más fuerte, o por lo menos de los más fuertes, y que la forma de ataques y de juego...así basado algo más físico, me gustaba más y me identificaba más con esa forma a la hora de jugar, con lo cual sí es el que predominó por encima de todos los demás”. (Entrevista nº: 1. Hombre, 31 años, Madrid).

“El que más uso es la maga, que el tengo un especial cariño porque es el primer personaje que me hice. Y lo noto mucho, porque con la maga es con el primer personaje que me pasé la historia y es todo como más mágico...más sorprendente. [...] Y así de identificar...pues sí, también con la maga, me gusta el estilo de juego que tiene ¿no?, más de inteligencia,

¹⁶ “Capacidad es entendida como la suma de las habilidades/capacidades disponibles para el personaje, mientras que la apariencia se refiere a las cualidades representacionales”. (Tronstad, 2008:250). Generalmente en los MMORPGs ambas están muy conectadas.

un combate más estratégico que el resto de los personajes...o sea, que no es el típico mamporrero. Y eso...va más conmigo creo, ¿no?” (Entrevista n^o: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

“Y bueno empecé a subirme alters, empecé con un paladín, que de hecho ahora el paladín es mi main¹⁷, porque bueno, yo en los así... juegos de rol, etc. Esa temática épica-fantástica no sé por qué pero siempre acabo jugando con un paladín, será porque me gusta ¿no? La idiosincrasia, la prueba de personaje de adalid del bien, ese héroe ¿no? Que lucha siempre contra el mal sacrificándose etc. etc. [...] el monje ¿no? Como ese luchador contra las fuerzas del mal, imponiendo un poco el orden... ¿no?” (Entrevista n^o: 4. Hombre, 26 años, Vigo).

“Con el monje sí que me siento identificada en algunos momentos, con el bárbaro en absoluto. No me gusta ese modo de juego tan mano a mano, tan rudo, tan lento el personaje a la hora de andar y de moverse. Otros dicen “sí, pero es que tiene mucha potencia”. Ya, peor es que yo prefiero la agilidad y la potencia que te da pues el monje, el médico brujo, el cazador de demonios, prefiero más ese tipo de personajes. Pero vamos, no sé si porque empecé a jugar con ella o por qué, pero sí me siento más identificada con la cazadora de demonios. Su agilidad, también sus comentarios que hace a veces en el juego ¿no?, como la historia...un poco, me siento más reflejada en ella” (Entrevista n^o: 9. Mujer, 23 años, Getafe).

De la misma manera, como vimos en el caso de la masculinidad esteroideal (Corneliussen, 2008) o la representación sexista de los personajes femeninos, las jugadoras no siempre se identifican con los avatares disponibles, generalmente escasos en versión femenina o sustancialmente hipersexualizados (tal y como se puede observar en las figuras 6.2 y 6.5 más abajo). Debido a esto, las jugadoras reclaman perfiles de avatares más acordes a la realidad cotidiana y manifiestan la necesidad de incluir representaciones más diversas y complejas. De hecho, tal y

¹⁷ Personaje principal.

como vemos a continuación, existe una clara tendencia entre las usuarias hacia la preferencia en la selección de avatares de sexo femenino, debido principalmente a una cuestión de mayor identificación o representación más acorde a sus expectativas.

“Luego tengo el resto de personajes, todos en versión femenina, porque me gusta aprovechar que te dan la opción de ser mujer en el juego... que muchos juegos no te dan la opción y es como que te sientes un poco...mmm... no sé si desplazada es la palabra, pero vamos, que me gusta poder elegir ser una mujer.” (Entrevista n^o: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

Figura 6.2. Ejemplo de avatares disponibles en *Diablo III* para las cinco clases seleccionables en distintos sexos (de izquierda a derecha: maga, médico brujo, cazadora de demonios, bárbaro y monje).



Fuente: Captura de pantalla.

A la vista de la información recabada a través de la encuesta, los datos recopilados parecen apoyar las hipótesis planteadas anteriormente. En primer lugar, en la figura 6.3, se pueden advertir los porcentajes de jugadores totales (hombres y mujeres conjuntamente) que disponen de cada uno de los tipos de avatares seleccionables (hasta un máximo de diez permitido por cuenta de usuario) para ambos modos de juego (clásico e incondicional). En este caso, me centraré exclusivamente en el modo de juego normal o clásico (por ser, con diferencia, el más frecuente y extendido). Uno de los aspectos más significativos

hallados en el caso de *Diablo III* es que la selección del sexo del avatar se encuentra muy estrechamente vinculada a las habilidades de los personajes. De este modo, las clases asociadas a la fuerza bruta o a las habilidades de combate cuerpo a cuerpo (rudeza, potencia, poca agilidad...), véase bárbaro o monje, tienden a ser seleccionadas bajo un avatar masculino, debido principalmente a que en el ideario de los jugadores este tipo de características suelen ser vinculadas a las nociones de masculinidad. Por ejemplo, del total de jugadores encuestados, un 69,22% dispondría de un bárbaro frente a tan sólo un 18,14% de sujetos que poseería una bárbara (la misma tendencia se manifiesta en el caso del monje/monja). Por el contrario, los personajes asociados a habilidades de combate a distancia (inteligencia, estrategia, agilidad, poca resistencia física), tales como el mago o el cazador de demonios, tienden a ser seleccionados en sexo femenino. Podemos concluir, por tanto, que las nociones e idearios de masculinidad y feminidad condicionan no sólo la apariencia o representación de los avatares, sino que implican una adopción de roles o actitudes esperadas que se visibilizan a través de las habilidades, capacidades y actuaciones (Goffman, 1959). Adicionalmente, se evidencia nuevamente que las jugadoras se sienten más identificadas con un estilo de juego más estratégico o de habilidades de combate a distancia (primando las capacidades intelectuales sobre la fuerza bruta), mostrando concordancia con los hallazgos revelados en el capítulo V¹⁸.

Figura 6.3. Porcentajes de jugadores que disponen de cada tipo de avatar por clase y sexo¹⁹ (respondido: 784, omitido: 165).

	Bárbara	Bárbaro	Cazadora de demon.	Cazador de demon.	Maga	Mago	Médica bruja	Médico brujo	Monje (femen)	Monje (mascu)
Modo Clásico	18,14% 142	69,22% 542	43,81% 343	36,65% 287	43,04% 337	37,55% 294	17,50% 137	52,23% 409	29,50% 231	47,13% 369
Modo Incondicional	18,84% 68	29,09% 105	16,90% 61	12,74% 46	18,28% 66	15,51% 56	18,28% 66	18,01% 65	18,84% 68	18,56% 67

Fuente: elaboración propia a partir de encuesta online.

¹⁸ Véase capítulo V (Los videojugadores de rol. Explorando al jugador/a de Diablo)

¹⁹ Los porcentajes relativos de jugadores que disponen de cada tipo de avatar por clase (bárbaro, cazador de demonios, mago, médico brujo y monje) y sexo (masculino o femenino) aparecen en negrita, mientras que el número total en bruto de jugadores que poseen cada tipo de avatar aparecería en gris claro. Por ejemplo: el 18,14% de jugadores de *Diablo III* disponen de un avatar de bárbara, lo que supondría 142 jugadores de la muestra total de respuestas obtenidas para dicha pregunta (784 respondientes).

Con el propósito de enriquecer y sustentar los hallazgos obtenidos respecto a la preferencia de las jugadoras de *Diablo III* por avatares femeninos, se ha optado por segmentar la muestra seleccionando únicamente los casos de mujeres. A continuación, se muestra qué porcentajes de jugadoras disponen de cada tipo de avatar²⁰.

Figura 6.4. Porcentajes de jugadoras que disponen de cada tipo de avatar por clase y sexo (n= 36).

Avatares seleccionados por jugadoras (modo clásico)										
Clase	Bárbara	Bárbaro	Cazadora	Cazador	Maga	Mago	Médica	Médico	Monja	Monje
%	38,9%	33,3%	52,8%	16,7%	52,8%	8,3%	36,1%	22,2%	47,1%	27,8%

Fuente: elaboración propia a partir de encuesta online.

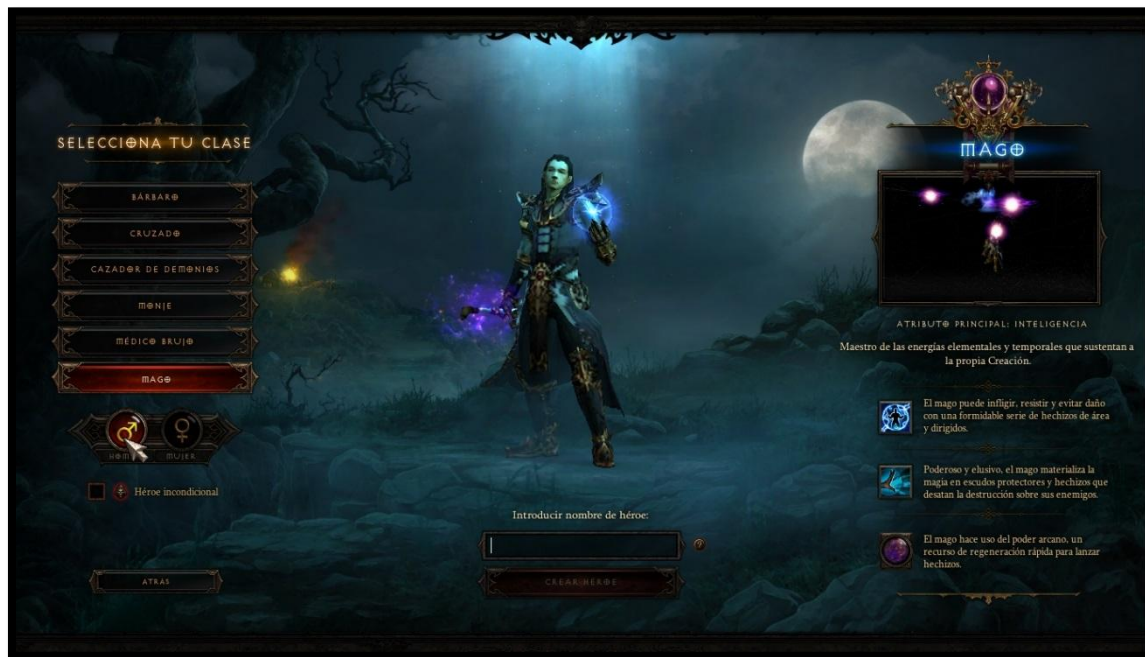
Tal y como se refleja en la tabla 6.4, la elección de personajes de sexo femenino es significativamente superior entre las jugadoras, especialmente en el caso de la maga (52,8%) frente al mago (8,3%). Pero ¿qué ocurre si se observa el caso de la bárbara? A la vista de los datos, los porcentajes arrojados se encuentran mucho más parejos que en el primer ejemplo ofrecido (38,9% frente al 33,3%). Una de las explicaciones fundamentales, radicaría nuevamente en las hipótesis apuntadas previamente, y es que las nociones de feminidad asociadas a cada perfil de avatar provocarían que las mujeres se identifiquen mucho más con las capacidades, estilo de juego o apariencia de la maga (figura 6.2 y 6.5) frente a una ruda guerrera (véase figura 5.22) o monja marcial.

Por el contrario, entre usuarios de sexo masculino dicha tendencia no se encuentra tan acentuada, ya que los jugadores varones son mucho más proclives a seleccionar avatares del sexo opuesto, de hecho, el porcentaje de magas o cazadoras de demonios jugadas por hombres es sustancialmente superior al de su versión masculina. La observación etnográfica, junto a la exploración a través de entrevistas en profundidad, revelaron la existencia de numerosos casos en los

²⁰ Se recuerda que cada jugador o jugadora puede tener un máximo de 10 avatares entre las clases, sexos y modos de juego existentes en *Diablo III*.

que jugadores (hombres) se sienten atraídos por los diseños sexualizados de los avatares femeninos, incentivando su selección como personaje-avata (tendencia mucho menos frecuente en el caso de las mujeres, que no suelen seleccionar sus avatares por razones de atracción física).

Figura 6.5. Editor de avatares para mago/a.



Fuente: captura de pantalla.

En un mundo como *Diablo*, donde los avatares se encuentran preconfigurados, distinguirse del resto de jugadores no siempre es una tarea fácil, y por ello, las elecciones que se realizan en el momento de seleccionar aspectos como el *nickname* (apodo) o los objetos que uno porta, son claves a la hora de interpretar papeles y manipular el manejo de las impresiones (Goffman, 1959). Los hallazgos obtenidos en la presente investigación coinciden con los encontrados por Taylor (2006) en su análisis de Everquest: mientras las razones utilitarias e instrumentales se suelen imponer a la hora de personalizar un avatar (en la mayoría de los casos los jugadores llevan los mejores objetos posibles), también es cierto que otro tipo de usuarios estarían más dispuestos a sacrificar parcialmente este aspecto, prefiriendo portar ítems con los que se sienten más identificados o mejor representados.

“Aunque he de reconocer que muchas veces aunque me caiga un objeto mejor, si no me gusta por estética o porque no sé...lo que sea..., o no va tanto conmigo o con mi personaje, me quedo con el antiguo ¿no?”
(Entrevista n°: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

Los nombres cumplen funciones sociales de alta importancia, nos sirven para distinguirnos y reconocernos (Goffman, 1959). El primer paso cuando accedemos a un mundo virtual es la creación del avatar y por supuesto, la dotación de un nombre. *“Esto se convierte en el significante de su identidad situada en el futuro: el marcador de la reputación, el vehículo de su agencia, y la representación de sus acciones acumuladas. El personaje e incluso su apariencia puede cambiar y ser transformadas a lo largo del tiempo, pero el nombre sigue siendo el mismo”* (Pearce, 2009: 60). Los *nicknames* son una impronta que reconfigura la propia figura del avatar, su representación y las impresiones que genera sobre el resto de la audiencia (Goffman, 1979). Según Hagström (2008) y Pearce (2009) los nombres que eligen los jugadores constituyen uno de los primeros signos de identidad que, una vez elegidos, perduran y siempre están visibles. Ya que elegir un *nickname* es una importante decisión, ¿cómo y por qué se eligen los apodos por los que finalmente optan los jugadores?

Existen cuantiosas razones y factores que inciden a la hora de seleccionar un apodo, en la mayoría de los casos encontrados en *Diablo III* el motivo de la elección no es una cuestión trivial. Existen jugadores que utilizan nombres relacionados con hechos de su vida, como homenaje a personajes pasados (que poseyeron en otros videojuegos) o remediaciones (Bolter y Grusin, 2000) de héroes fantásticos o épicos extraídos del cine o la literatura. Los nombres por tanto pueden llevar un bagaje biográfico y comportarse como marcadores de nuestra experiencia vital o subjetividad²¹ (donde se reflejan las inscripciones e improntas).

“Tengo un monje que se llama Jake, tengo un libro que es cazadores de sombras, es mi cazador de demonios del modo incondicional, se llama Jake, por eso, por el libro. Luego tengo, me parece que el mago se llama Potter. Es un poco buscado con nombres así que son poco imaginativos pero que tienen que ver con mis, digamos un poco, héroes literarios, y por ahí es un poco la conexión”. (Entrevista n^o: 9. Mujer, 23 años, Getafe).

“yo por ejemplo cuando me creo un personaje en este tipo de juegos...Diablo, World of Warcraft, etc. Juegos así de rol, siempre trato de ponerles nombres, digamos, serios. [...] yo siempre trato de darle algún nombre más épico, o sea que pueda asociarse más al nombre de un héroe. Pues a ver...de los últimos nombres que he puesto pues te puedo decir que mi cazador de demonios del Diablo, el que tengo a nivel más alto, se llama Berenor, el nombre lo saqué de una película de animación que hay de warhammer 40.000, en el cual Berenor era un marine espacial del capítulo de los marines, me gustó el nombre, me sonaba bien y dije “pues se lo voy a poner a mi cazador de demonios” Pero sí, la mayoría de los nombres de mis personajes tratan de ser medianamente serios y sacados siempre de alguna referencia de algún libro o juego”. (Entrevista n^o: 4. Hombre, 26 años, Vigo).

²¹ No hay que perder de vista, que la configuración de los apodos también puede deberse a procesos intersubjetivos (Geertz, 1973; Pearce, 2009).

“Pues los nicks están basados en nombres que más o menos me pegan con el personaje. Pues por ejemplo, mi maga se llama Cassandra, porque me suena a maga, no sé...es un nombre muy mitológico, y no sé, pero me gusta. Además mi sobrina se llama así...” (Entrevista n°: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

Así pues, parece claro que los apodos pueden ser una cosa muy seria, con mucha carga emocional y con horas de pensamiento o experiencias previas. Es más, como señala Hagström (2008) para varios jugadores perder puntos de experiencia o ajustar las estadísticas no implicaba demasiado problema, sin embargo, debido a la política restrictiva de nombres de *Blizzard* (productora), obligarles a renunciar al apodo solía suponer perder parte de su identidad: *“to lose a name is to lose an identity”* (2008, 273).

Por otro lado numerosos jugadores defienden que un nombre tiene que ser culturalmente y contextualmente apropiado. Debido a esto, los nombres “tontos” o desacertados pueden dañar el círculo mágico (Huizinga, 1954), y restar seriedad a la interpretación de papeles (Goffman, 1959).

Por último, a modo de conclusión, los nombres y avatares pueden ser entendidos como artefactos o agentes de mediación (Latour, 1998, 2001; Tirado y Doménech, 1998) donde se construyen y renegocian identidades. Esto es especialmente interesante es el caso de las mujeres, ya que tienen que lidiar con los estereotipos tradicionales asociados a la feminidad y reformular continuamente las nociones de género dentro del juego. Tal y como recoge Taylor (2006), los avatares utilizados condicionan la manera en la que los sujetos se relacionan e interactúan con los demás. No sólo te diriges al resto de un modo determinado, sino que ellos también se dirigen a ti de un modo diferente. Por ello, es muy importante tener en cuenta que las elecciones tanto del avatar como del nombre van a condicionar el proceso investigador (por ejemplo algunos personajes son más susceptibles de ser jugados individualmente, mientras que otros suelen requerir el apoyo de otros jugadores²²). Todo este tipo de decisiones,

²² Por ejemplo, durante gran parte del juego, mientras que los bárbaros eran personajes más independientes que podían avanzar a través de la trama individualmente, otros caracteres como

junto a la intervención de otros agentes y mediaciones, van moldeando y configurando una identidad, un papel, una impresión deseada que se tratará de proyectar dramáticamente (Goffman, 1959) y que se manifiesta tanto en la relación con la audiencia (y con uno mismo), como a través de mecanismos subyacentes y expectativas de trasfondo (Garfinkel, 1968a, 1972).

1.2. Explorando *Diablo III*. En busca de lo cotidiano

Verano de 2013. Paloma me recibe con una grata sonrisa mientras me ofrece un refresco de cola para paliar las inclemencias de un agosto madrileño. “*Éste es mi ordenador, mi santuario de juego*”, afirma. Y sí, desde luego, dicho concepto es el adecuado. El juego traspasa las fronteras del dispositivo mientras se imbrica con otras realidades cotidianas ritualizadas. La preparación de la sesión, los refrescos, la conexión online con los compañeros de juego y aventuras... Todo está perfectamente organizado y performado en una danza de ritmos cuasi litúrgicos. “*Éste es nuestro día a día en Diablo III, déjame que te muestre*”.

Tal y como expuse en el marco teórico, a través de la metáfora del rito, (Goffman, 1959) se pueden abordar las normas y sistemas ritualizados que operan en las interacciones sociales, considerando que existen reglas subyacentes que articulan y estructuran los encuentros y la acción. Inspirado por las ideas de Garfinkel, quien considera que “*cualquier escenario organiza sus actividades para hacer de sus propiedades un ambiente organizado de actividades prácticas*” (1968a: 44), analizo los órdenes normativos y compromisos cuyo respeto e interpretación se vuelve todo un ritual (organizado y organizador).

El primer contacto con el juego, la fase de exploración y familiarización, es un momento clave donde se visibiliza cómo los jugadores ansían o buscan activamente la cotidianeidad, o dicho de otro modo, la ritualización de las

el mago, tenían grandes complicaciones si no se encontraban en compañía de otros personajes de apoyo.

prácticas lúdicas que ordenan²³ y estructuran las situaciones de interacción (Goffman, 1959). De este modo, a través de la progresiva inmersión en los contextos de juego, los individuos van organizando una serie de normas, prácticas y ritos que pautan la realidad cotidiana de *Diablo III*.

Uno de los hallazgos más interesantes, revelados en la presente investigación, es la aparición (o visibilización) de un sentimiento reiterado de desorientación o incomodidad ante la confusión generada por la inexistencia de un orden normativo que estructure las prácticas y actividades de los usuarios. Los jugadores se sienten perdidos hasta que comienzan a manejar los sistemas subyacentes que organizan las acciones. Veamos un par de ejemplos muy ilustrativos.

“Pues al principio es un poco extraño, ¿no? Es como todo un mundo de posibilidades que se abren ante ti, pero al principio te sientes algo perdida. No te enteras muy bien de para qué es este botón, para qué es este otro...Luego que si tienes que estar a la historia, a las misiones, o sea, es un poco caótico todo...y esa sensación de descontrol es como que te incomoda ¿no? Tienes que aprender una nueva vida, sí...es como si de repente te sueltan en la selva y tienes que volver a aprender a adaptarte...aprender a utilizar las teclas, las reglas, los objetivos del juego...y quizás lo que te engancha es que sí, que vas aprendiendo, ¿no? Vas viendo los progresos, te empieza a costar menos esfuerzo todo...y ahí es cuando empiezas a disfrutarlo más, cuando sientes que ya vas teniendo mayor control y es todo como más racional, más mecánico....mmm...más controlado... normal. Todo sientes como que todo cobra más sentido ¿no?” (Entrevista n°: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

“Yo empecé en septiembre, cuando llevaba casi un año y la verdad es que en ese primer momento de aproximación [...] yo estaba bastante

²³ Chan (2010), basándose en Goffman (1963), define el orden social como “la consecuencia de un conjunto de normas morales que regulan la forma en que las personas persiguen objetivos ... [donde] dentro de cada dicho orden, el mero comportamiento se transforma en un tipo de conducta correspondiente ” (2010: 8).

perdido, no conocía a mucha gente, y como pasa en muchos de estos juegos, de MMORPG, los comienzos siempre son duros. Entonces digamos que esta expansión me sirvió casi de tutorial” (Entrevista n°: 4. Hombre, 26 años, Vigo).

Tal y como indica Taylor (2006), es frecuente que los juegos de rol online dispongan de zonas de inicio²⁴ donde los jugadores inexpertos (*newbies*) experimentan y se familiarizan con el avatar, las prácticas y las mecánicas de juego. Los jugadores, de este modo, atraviesan un proceso de socialización que, según avanza el tiempo, les revela y enseña qué significa jugar más allá de las estrictas normas de programación. Debido a esto, los usuarios van dominando y conociendo las reglas y ritos emergentes que ordenan el juego, que a su vez permiten que los jugadores se sientan cómodos en la cotidianeidad (los individuos buscan el orden, lo ritualizado u organizado, y se muestran agradados y cómodos en las situaciones donde impera lo cotidiano o común). Por otro lado, esto no implica que los jugadores renuncien o no tengan un gusto por lo nuevo, la sorpresa o los descubrimientos, sino que en cierta medida requieren un mínimo grado de ritualidad en la práctica diaria.

Lejos de tratarse de un conocimiento simple o ingenuo, el conocimiento práctico de la realidad cotidiana (Garfinkel, 1968a) es mucho más complejo, sutil o perverso de lo aparente. Así pues, invito a repensar las lógicas de lo serio y lo banal, realizando una propuesta que aboga por reflejar los complejos y profundos mecanismos y resortes que articulan la interacción ordinaria. De este modo, si bien lo ordinario es lo común o cotidiano, la ritualización de las prácticas y órdenes normativos subyacentes reconfiguran los sistemas y relaciones de poder y performatividad (por ejemplo, los jugadores que desconocen la jerga o los modos y técnicas de enfrentarse a los enemigos más poderosos, generalmente estrategias importadas de otros juegos anteriores, son considerados limitados, inútiles y en ocasiones llegan incluso a recibir un trato hostil).

²⁴ Un ejemplo muy común de este tipo de entrenamientos serían los tutoriales de inicio para lograr la familiarización con los dispositivos.

Las acciones ritualizadas de combate, comercio, exploración o interacción, -por citar algunos ejemplos- todas responden a complejos sistemas organizados (y emergentes) que renegocian las jerarquías y relaciones de poder. Debido a esto, mucho más allá de su aparente irrelevancia²⁵, el conocimiento práctico o cotidiano rearticula y refuerza los sistemas hegemónicos de dominación. Tal y como se muestra en numerosos ejemplos a lo largo de la tesis, la ritualización de la acción²⁶ reproduce las prácticas y desigualdades dominantes que se imbrican y transitan entre diferentes espacios y contextos, un ejemplo claro sería el del acoso a las jugadoras de *Diablo III*, donde se reproducen y consolidan prácticas sexistas. Las reglas subyacentes que se van configurando y emergen a través de la práctica y actividad diaria, operan, por tanto, como un corsé que no únicamente constriñe nuestras acciones, sino que reconstituye el propio orden y sentido de la interacción, reforzando y justificando prácticas desigualitarias.

Por otro lado, en este proceso de aprendizaje y ritualización lúdica intervienen otros fenómenos de interés sociológico que transgreden los espacios de lo estrictamente online. La familiarización y la práctica de juego implican simultáneamente un proceso de sometimiento o moldeado a través de dispositivos disciplinarios del cuerpo (Foucault, 1978). De este modo, la práctica lúdica nunca es neutra, sino que implica la adopción de unas técnicas y modos corpóreos que re-educan las subjetividades y los cuerpos de los individuos. Conversaciones, batallas, negociaciones, exploración...todas las actividades presentes en *Diablo III* implican la interiorización de unas posturas y posiciones concretas: qué teclas tengo que presionar, cómo tengo que mover el ratón, qué dedos tengo que utilizar, hacia dónde debo dirigir la atención..., que disciplinan y configuran progresivamente el cuerpo, incidiendo tanto en el nivel puramente físico como en la experiencia y los procesos de construcción de la identidad.

En los próximos epígrafes, especialmente en el capítulo VII dedicado a la emergencia cultural, retomaré numerosos ejemplos referentes a la ritualización y órdenes normativos cotidianos que emergen en las prácticas lúdicas y rearticulan

²⁵ Los postulados situacionistas (Parsons, 1999) relegan la interacción cotidiana a un plano de lo menor o relativamente intrascendente para lo verdaderamente importante, la estructura social.

²⁶ A través de las pequeñas interacciones cotidianas construimos orden social. Desde lo micro, construimos organización social, orden y ordenamiento.

los procesos de interacción e interpretación. Por ahora, es el momento de presentar sucintamente los aspectos de mayor interés de la historia²⁷, entorno y trama de juego (ambientación).

2. Historia, entorno y trama de juego.

"Aun en el seno de los Cielos... Los Ángeles sienten Miedo."

— *Diablo III.*

La historia, ambientación, entorno y trama de juego se hallan estrechamente relacionados con los procesos de exploración y familiarización con los espacios de actuación dramática, y pueden ser considerados como parte fundamental de la fachada -concretamente del medio o *setting*- de acuerdo a la teoría goffmaniana (1959). De este modo, la ambientación, trama y entorno constituyen el espacio y escenario donde los jugadores interactúan e interpretan los papeles asignados (interpretación y manejo de las impresiones). Pero ¿qué entendemos exactamente por la noción de fachada? Según Goffman podemos definir el concepto como *"la parte de la actuación del individuo que funciona regularmente de un modo general y prefijado, a fin de definir la situación con respecto a aquellos que observan dicha actuación"* (1959: 34).

Y si bien la fachada se divide, a su vez, entre medio y fachada personal²⁸, en el presente epígrafe me centraré exclusivamente en el lugar o medio. El lugar (*setting*), constituye el mobiliario, decorado, así como los otros elementos del trasfondo escénico, que proporcionan el escenario donde se desarrolla la acción

²⁷ La historia, ambientación, entorno y trama de juego se encuentran fuertemente relacionados con los procesos performativos (consiste en aspectos claves para la correcta y creíble representación de los papeles asignados), y pueden ser considerados como parte de la fachada de acuerdo a Goffman (1959).

²⁸ La fachada personal se subdivide simultáneamente entre la apariencia y los modales (Goffman, 1959). Tal y como expusimos en el caso de los avatares, la fachada personal constituye *"los otros elementos de esa dotación que debemos identificar íntimamente con el actuante mismo y que esperamos que le sigan dondequiera que vaya"* (1979: 35). Vestido, apariencia, sexo, edad, tamaño, porte, aspecto, gestos... Algunos rasgos como los raciales suelen ser fijos, pero otros pueden variar a lo largo del tiempo. En el caso de los avatares en Diablo, mientras que algunos rasgos serían estáticos (color de piel, tamaño, sexo), otros como la vestimenta (armas, objetos y ropa) serían variables.

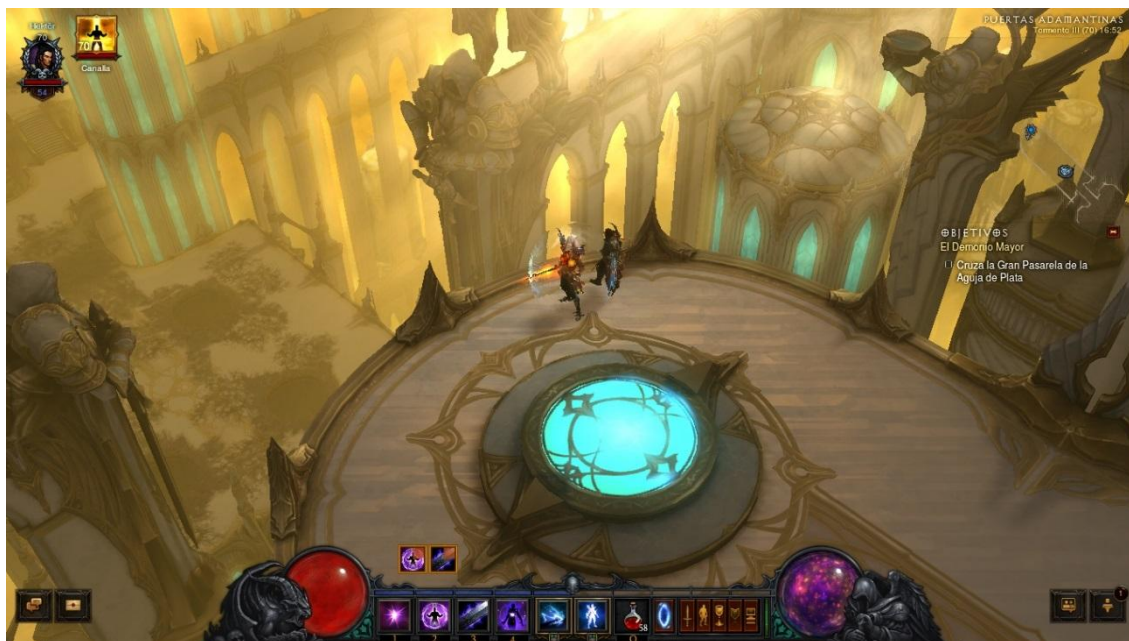
interpretativa. Pese a que generalmente el medio es un espacio físico²⁹ fijo (estático³⁰), en ocasiones el lugar o *setting* se traslada con los actuantes (cortejo fúnebre, procesiones, manifestación...). En el caso de *Diablo III*, destaca especialmente la posibilidad de poder transitar entre diferentes medios y escenarios de manera totalmente instantánea (algo imposible en la interacción offline). Los jugadores pueden teletransportarse entre mundos (actos) que modifican substancialmente las posibilidades de actuación y manejo de las impresiones (cada uno de los actos se encuentra inspirado en realidades de fantasía épica completamente diferentes³¹). Para facilitar la comprensión, muestro a continuación algunos ejemplos de distintos los medios o entornos presentes en el juego.

²⁹ Goffman (1959) habla de espacio geográfico físico, pero la aparición de los entornos virtuales de interacción, conlleva que la noción de espacio geográfico sea bastante problemática debido al auge de nuevas formas de mediación (Latour, 1998).

³⁰ Los actuantes no pueden empezar su actuación hasta que llegan a dicho escenario espacialmente anclado.

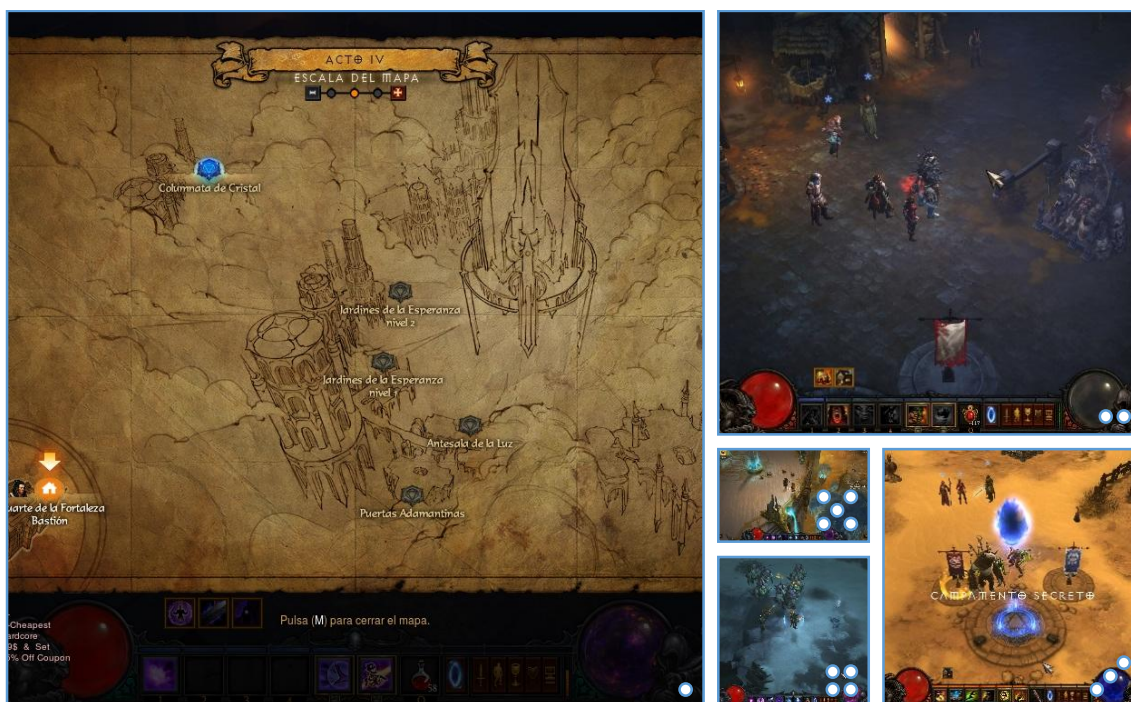
³¹ Desde el desierto a tierras heladas, los jugadores transitan entre diversos lugares que varían y condicionan la interpretación de papeles y roles. Acto I (Nueva Tristán) se caracteriza por un medio de inspiración gótica. Acto II (Desierto), Acto III (Fortaleza Bastión) en Tierras Heladas. Acto IV (Altos Cielos) Reino Celeste.

Figura 6.6. Entorno (medio) del acto IV (Reino de los cielos). Representa el reino donde habitan los ángeles.



Fuente: elaboración propia (captura de pantalla).

Figura 6.7. Diferentes imágenes de los entornos que podemos encontrar en *Diablo III*.



○ Mapa del acto IV de Diablo III ○ Acto I ○ Acto II ○ Acto III ○ Acto IV

Fuente: elaboración propia (captura de pantalla).

En cualquier caso, parece claro que la trama y el medio (fachada) son dos aspectos necesarios para la correcta inmersión y ejecución de los papeles asignados (especialmente en el caso de los jugadores más interesados en la interpretación). Tal y como muestran las citas un poco más abajo, el medio constituye una herramienta o espacio que posibilita a los jugadores la inmersión en un escenario dramático de acuerdo al cual se han de adaptar los papeles interpretados; tiene que existir una cierta coherencia entre el escenario o medio y los papeles actuados dramáticamente (Goffman, 1959). De este modo, el interés de los jugadores en el entorno e historia no finaliza en el mero entretenimiento, sino que articula y media³² las experiencias de interacción y práctica, configura un escenario dramático con unas expectativas sociales adscritas³³, dota de sentido al círculo mágico (Huizinga, 1954) y reconstruye las experiencias de *gameplay* (Salen y Zimmerman, 2004; Juul, 2005; Bayliss, 2007).

“Porque realmente si no conoces la historia, o sea, ¿cómo te metes en el personaje?, ¿cómo te metes el papel? [...] No sé, creo que tiene más gracia, tiene más chicha, tiene más salsa el juego si tratamos un poco de comprender el universo. Que aparte ya hay gente que se encarga de esas cosas y joer, también hay que valorar su trabajo”. (Entrevista n°: 4. Hombre, 26 años, Vigo)

“Pues a mí la historia me gustó. Tienes que haber jugado a los juegos anteriores para entender un poco de qué va”. (Entrevista n°:3. Mujer, 25 años, Madrid).

“pues ya te digo...era un poco obsesa de la exploración [...]. Además, los vídeos y este tipo de cosas siempre me gustaba verlos para empaparme bien y para meterme mejor en el papel...” (Entrevista n°: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

³² Véase noción de mediación (Latour, 1998, 2001; Tirado y Doménech, 1998; Lasén 2012) en capítulo VII.

³³ Las expectativas sociales determinan qué tipo códigos de conducta son los más apropiados en cada caso, y de estos códigos, se deriva un complejo conjunto de directrices que los individuos toman para crear y asumir un papel en particular, que posteriormente debe ser actuado (interpretado) acorde a lo socialmente establecido.

“Y mucha gente se pierde del tema de lo que es el trasfondo, o sea, la historia del juego en sí, que yo creo que merece la pena pararse [...] Y realmente si miras un poco la historia que hay detrás del personaje pues te das cuenta de que, digamos, en su vida, pues han pasado cosas que le han llevado a comportarse de ese modo”. (Entrevista n°: 4. Hombre, 26 años, Vigo)

“A mí me ha gustado, es decir, gráficamente me parece muy chulo; lo que pasa es que el tema de que sea prácticamente igual que *Diablo II* solo que con gráficos más bonitos es poco innovador, pues es eso, es poco innovador. Pero también es lo que buscábamos un poco los que jugábamos a *Diablo II*, es decir, que tampoco hicieran un juego súper diferente³⁴, así que me ha gustado”. (Entrevista n°: 5. Mujer, 27 años, Barcelona).

Pero, ¿cuál es la valoración³⁵ que realizan los jugadores de la trama e inmersión en el entorno?, o ¿cuál es su opinión respecto al mantenimiento de la esencia de la saga *Diablo*? Obsérvense las siguientes figuras.

Figura 6.8. Valoraciones de la historia (e inmersión) y mantenimiento de la esencia de la saga *Diablo III* (en escala de 1 a 10).

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total	Clasificación promedio
Historia/trama e inmersión	6,82% 62	7,04% 64	8,47% 77	10,01% 91	16,83% 153	13,86% 126	12,10% 110	12,32% 112	8,03% 73	4,51% 41	909	5,54
Mantenimiento esencia saga <i>Diablo</i>	17,06% 152	9,65% 86	11,34% 101	8,64% 77	17,17% 153	12,23% 109	9,76% 87	7,30% 65	3,25% 29	3,59% 32	891	4,56

Fuente: elaboración propia a partir de datos de encuesta online.

³⁴ La coherencia entre medio y papeles interpretados, se manifiesta nuevamente en las aspiraciones de los jugadores por mantener una trama consistente entre los diferentes lanzamientos de la saga (se reclama que los escenarios y atmósferas clásicas de *Diablo* se mantengan).

³⁵ Valoraciones de los jugadores en escala de 1 a 10; siendo 1 valoración extremadamente negativa y 10 extremadamente positiva. Así mismo, se ofrece en la tabla 6.8 el total de respondientes de la muestra (en bruto) y el promedio general para cada una de las preguntas formuladas. Los porcentajes relativos se encuentran remarcados en negrita, mientras que los datos en bruto en gris (para cada uno de las puntuaciones sugeridas).

Tal y como se refleja en los datos expuestos, los jugadores se muestran parcialmente críticos con los aspectos referentes al medio y trama. Si bien, sobre una escala de 1 a 10, la clasificación promedio es 5,54 (sobre un total de 909 respondientes), no hay que perder de vista que la valoración media se encontraría por debajo de la mediana³⁶ (el valor promedio queda por debajo del valor central). Dicha tendencia, se encontraría aún más acusada en el caso del mantenimiento de la esencia de la saga *Diablo*, donde la valoración promedio es manifiestamente negativa e inferior (4,56 sobre 10; basado en la valoración de 891 respondientes).

Pero, ¿por qué han resultado tan controvertidos los aspectos presentados? En primer lugar, pese a que gráficamente *Diablo III* es muy similar (a nivel estético) a sus exitosos antecesores, en el plano de la jugabilidad y *gameplay* las experiencias de juego han sido bien diferentes (lo que implica que para los jugadores más interesados en las metas y logros la percepción de *Diablo III* haya sido tan distinta). Si bien, las limitadas opciones de personalización de los avatares ya habían sido señaladas con anterioridad, las posibilidades de *customización* (a nivel de habilidades, equipo, batalla, hechizos, estrategias y toma de decisiones) también han resultado bastante escasas respecto a los lanzamientos anteriores.

“O sea, estamos jugando a un Diablo que no es un Diablo. Entonces es eso, no tienes libertad, es esto, esto o esto...es que no hay más, no puedes elegir, no puedes hacer a tu gusto. Al final, todos hacen lo mismo porque es lo que más renta, o sea, no hay libertad en ese sentido”. (Entrevista n°: 8. Hombre, 26 años, Leganés).

Por otro lado, en lo relativo a la consistencia de la trama o el mantenimiento de la saga, nuevamente lo cotidiano nos revela todo su poder

³⁶ Es necesario ser muy consciente de que la escala empleada es par, lo que implica que el 50% de las opciones de respuesta inferior vayan de 1 a 5, mientras que el 50% de las opciones de rango superior irían de 6 a 10 (lo que implica que un promedio de 5,54 se encuentra en el rango inferior, esto es, calificación relativamente negativa). Hemos optado por utilizar una escala de 1 a 10 (escala par con 10 ítems de respuesta) para ofrecer un amplio abanico de opciones de respuesta y evitar los errores de tendencia central (Cea D'Ancona, 2004), esto es, la tendencia de los encuestados a posicionarse en la opción de respuesta intermedia (tan frecuente en el caso de las escalas impares).

como articulador de lo social. Especialmente controvertidas son las reclamaciones y quejas de pequeños sectores de la población masculina acerca del excesivo protagonismo otorgado a las mujeres en el nuevo juego, e incluso las críticas recibidas por la excesiva feminización del personaje de *Diablo*. De nuevo se revelan prácticas y estructuras subyacentes “perversas” que constituyen y legitiman desigualdades, hegemonías, resistencias y jerarquías de poder (en la siguiente cita se explicita un caso de desigualdad patriarcal).

“La trama del Diablo III, a mí no me ha gustado absolutamente nada y con todos mis respetos hacia el sexo opuesto... que Diablo jamás ha sido una mujer, es que es absurdo. Para mi gusto, y no lo digo en modo machista, ni mucho menos, pero si tienes que seguir una línea, no rompas esa línea, porque si rompes una línea ya no estás jugando a Diablo III. ¿No sé si me explico? Tienes que seguir con una línea, ahí se han inventado una historia extrañísima que a mí particularmente no me ha gustado la historia, por eso prácticamente la historia no me importa” (Entrevista n^o: 8. Hombre, 26 años, Leganés).

Los órdenes normativos ritualizados constituidos en anteriores títulos de la saga, a través de prácticas lúdicas, interacciones, actuaciones teatrales e inercias (Becker, 1995) se comportan como resortes internos de resistencia que rápidamente revelan las inquietudes y resistencias de algunos jugadores a perder las posiciones de privilegio que detentan.

3. Más allá de la trama de juego. Misiones en contexto.

Uno de los rasgos más significativos y genuinos de todo juego de rol online son las misiones y metas programadas (Tronstad, 2001). Las observaciones recopiladas me inclinan a pensar que existe un fuerte consenso respecto a lo altamente repetitiva que resulta la historia y los objetivos de *Diablo III*, lo que lleva a perder el interés y es objeto de fuertes críticas por los usuarios. Numerosos teóricos han tratado de manera explícita la cuestión de las misiones en los

videojuegos, en particular, Wibroe et al. (2001), Aarseth (2002) o Tosca (2003b), entre otros. Sin embargo, es la figura de Walker (2008) quien verdaderamente se centra en las cuestiones relativas a la repetición de misiones durante la trama, analizando éstas tanto desde la óptica del diseñador como del jugador. Pero antes de nada ¿qué entendemos exactamente por misión en los *game studies*? Walker, quien realiza una fuerte crítica a autores como Aarseth (2002) por emplear definiciones muy vacuas o imprecisas, reivindica la definición de Tosca (2003) quien propone una distinción conceptual clave, la toma en consideración del contexto y la inclusión de la perspectiva del jugador frente a las propuestas clásicas de misión sugeridas por los diseñadores de videojuegos.

*"Desde el punto de vista del diseñador, la misión es un conjunto de parámetros en el mundo del juego (haciendo uso de las reglas del juego y del gameplay) que especifica la naturaleza y el orden de los acontecimientos que constituyen un reto para el jugador, en particular su resolución. Desde el punto de vista del jugador, la misión es un conjunto de instrucciones específicas para la acción, que puede ser tan vagas como un objetivo general (derrocar al malvado rey) o extremadamente precisas (tomar el cubo al pozo, llenarlo y traérmelo de vuelta), después de que la misión ha sido completada, puede ser narrada como un cuento"*³⁷. (Tosca, 2003: 1).

La definición ofrecida aporta un valor añadido que reconoce la agencia y perspectiva de los jugadores; siendo más sensible a los contextos culturales de práctica, recepción y performatividad, frente a las definiciones clásicas más asépticas socialmente o alejadas de los postulados situacionistas.

En su análisis de las misiones e historia repetitiva en la trama, Walker (2008) propone las figuras retóricas del aplazamiento y repetición como

³⁷ Traducción propia del original en inglés: *"From the designer's point of view, a quest is a set of parameters in the game world (making use of the game's rules and gameplay) that specifies the nature and order of events that make up a challenge for the player, including its resolution. From the player's point of view, a quest is a set of specific instructions for action, they can be as vague as a general goal (overthrow the evil king) or extremely precise (take this bucket to the well, fill it up and bring it back to me); after the quest has been completed it can be narrated as a story"* (Tosca, 2003: 1).

instrumentos que ofrecen una solución a las problemáticas derivadas de construir un juego con perfiles tan diversos de usuarios y prácticas³⁸ (solo/multijugador, inexperto, experimentado, casual, *hardcore*...). Mientras que el aplazamiento consiste en una promesa³⁹ (si cumples determinado objetivo final, te otorgaré una gran recompensa), la repetición es un complemento de la promesa que permite prepararse para la batalla o enfrentamiento definitivo (repetición de misiones u objetivos para ganar experiencia y recursos con el propósito de mejorar los atributos y habilidades de los personajes). Sin embargo, tal y como muestro a continuación, un exceso en la repetición de la trama y misiones (como es el caso de *Diablo III* donde el jugador tiene que superar cuantiosas veces los mismos objetivos⁴⁰) puede dañar muy seriamente la motivación o interés de los jugadores, así como la correcta interpretación de los papeles asignados perjudicando gravemente la experiencia de inmersión y el círculo mágico.

“Para un jugador que no haya jugado a los demás Diablos quizás la historia sí le entre un poco más por los ojos y le guste más y demás, pero a mí me ha resultado un poquito, quizás, repetitiva. Viniendo ya de Diablo II hecho en falta un poquito de creatividad quizás, no sé, me parece repetitivo”. (Entrevista n°: 2. Hombre, 24 años, Leganés).

“La experiencia de juego es repetitiva, por eso la gente no juega al Diablo III, porque es más de lo mismo”. (Entrevista n°: 8. Hombre, 26 años, Leganés).

“La historia me parece muy buena, obviamente ya cuando juegas por cuarta vez, pues pasas un poco más de la historia, pero es muy buena, y

³⁸ En cualquier práctica digital hay una gran heterogeneidad de situaciones (muchas diversidades de motivos, actividades, jugadores...).

³⁹ Por ejemplo, hay un demonio, si en un futuro lo matas te daré esto, pero aún es pronto para que te enfrentes a él (Diablo).

⁴⁰ Concretamente, los jugadores de *Diablo III* además de tener que repetir infinidad de veces las mismas misiones para subir de nivel a sus personajes y equiparse con mejores objetos, tienen que repetir al menos cuatro veces la historia completa para concluir el juego (existen cuatro niveles de dificultad: normal, pesadilla, infierno y averno que los jugadores tienen que superar). Es más, desde el lanzamiento de la primera expansión de *Diablo (Reaper of Souls)* se han incrementado los niveles de dificultad, lo que implica aún mayor repetición.

los vídeos entre acto y también acto me parecen increíbles". (Entrevista n^o: 9. Mujer, 23 años, Getafe).

"Pues a ver...En primer lugar lo que he ido comentando ¿no?, que el juego es muy, muy repetitivo, la historia es buena y tal...pero el juego es muy repetitivo y corto. Así que yo creo que en eso flojea un poco ¿no?, una historia más larga y con más posibilidades hubiera hecho el juego mucho más atractivo o atrapante". (Entrevista n^o: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

"Sobre todo los que son muy repetitivos como estos, que es hacer un nivel, limpiarlo de bicho, volver a hacerlo, limpiarlo de bichos, volver a hacerlo...Me aburre mucho". (Entrevista n^o: 1. Hombre, 31 años, Madrid).

En una línea directamente relacionada con el diseño de las mecánicas y estrategias que emplean los diseñadores para organizar y controlar las interacciones sociales en los juegos online, tales como las misiones multijugador, Zagalo y Gonçalves (2014) sugieren que aunque el propósito inicial –o teórico- de los MMO's⁴¹ es promover las ventas, realmente su objetivo prioritario es más bien asegurar su propia supervivencia o subsistencia (por ello aspectos como el diseño y fomento de las mecánicas de repetición, cooperación o sociabilidad se vuelven fundamentales).

Y si bien es cierto (tal y como expuse en el capítulo V) que numerosos jugadores se hallan muy interesados en la consecución de logros y objetivos, en la denominada intrumentalidad⁴² (Pearce, 2006; Wirman, 2009; Albrechtslund, 2010), una significativa cantidad de jugadores se encuentran mucho más atraídos por la acción dramática, interacción o sociabilidad, perdiendo rápidamente el interés ante planteamientos demasiado centrados en la obtención de recompensas o cumplimiento de misiones.

⁴¹ Juegos online multijugador masivos.

⁴² Véase estilos de juego e instrumentalidad (capítulo V).

4. Diablo III como espacio social de interacción y performatividad.

4.1. Interacción y *performance* en el espacio virtual.

“Detrás de la alegría y la risa, puede haber una naturaleza vulgar, dura e insensible. Pero detrás del sufrimiento, hay siempre sufrimiento. Al contrario que el placer, el dolor no lleva máscara”.

— Oscar Wilde.

Durante el desarrollo, análisis y exposición de los capítulos precedentes, propuse el entendimiento del espacio de juego en red como un tipo de co-performance de la vida cotidiana (Goffman, 1963; Pearce, 2009; Chan, 2010), donde los distintos jugadores interpretan unos papeles asignados y gestionan el control de las impresiones y trasfondo escénico (metáfora dramática). Pero ¿cómo se producen y articulan los procesos de sociabilidad e interacción en los escenarios online?, ¿qué estrategias emplean los actores para dar credibilidad a sus actuaciones? Para comprender la acción dramática en *Diablo III* es indispensable rescatar las nociones de región y trasfondo escénico (Goffman, 1959), que introduje previamente en el marco teórico.

A modo de recordatorio, se debe señalar que la región anterior es el espacio o escenario en el que se desarrolla la interacción online, es la parte visible del videojuego donde los avatares interpretan sus papeles y se encuentra la audiencia, mientras que lo que queda fuera de la pantalla (oculto al resto de jugadores) conforma la región posterior, es el lugar que ocupan la persona física, ordenador, monitor y teclado.

Una de las mayores problemáticas a las que nos enfrentamos cuando abordamos los escenarios online consiste en que las delimitaciones de las fronteras entre regiones varían en función de las experiencias sensibles (estímulos sensoriales) y subjetivas de los individuos. Si bien en las interacciones

cara a cara las diferentes barreras suelen encontrarse muy bien demarcadas (región anterior y posterior son claramente distinguibles, ocupan espacios diferenciados y raramente entran en contacto), en el caso de las interacciones online los límites serían mucho menos nítidos o difusos⁴³, pese a que el paso de una región a otra debe permanecer cerrado, custodiado u oculto (Goffman, 1959). Sin embargo, cuando estamos jugando en red, el sonido o audio pueden conectar ambos espacios, revelando secretos y visibilizando parcialmente las regiones posteriores; debido a esto podemos recabar información de lo que está ocurriendo en los trasfondos escénicos que tratan de encubrir los individuos actuantes.

Parece claro, entonces, que en muchas ocasiones en que se produce una comunicación vía online, una pequeña parte de la región posterior es revelada a la audiencia a través de dispositivos de audio y voz, obligando a los jugadores a ser celosamente cautos y exponiéndoles a una situación de significativa vulnerabilidad. Los sujetos actuantes deben evitar deslices que puedan debilitar el manejo de las impresiones⁴⁴. Pero, ¿qué tipo de riesgos asumen los jugadores durante las sesiones e interpretaciones de juego? Uno de los mayores desestabilizadores encontrados es la injerencia o presencia de sujetos extraños que pueden interrumpir la actuación por su aparición inesperada en la región posterior. Pongamos algún ejemplo.

Durante la práctica lúdica, es muy frecuente que algún familiar o individuo cercano⁴⁵ interfiera⁴⁶ en la sesión de juego realizando algún comentario que puede dañar tanto la propia actuación como el manejo de las impresiones generadas sobre la audiencia. Ante apelaciones o llamadas del estilo “*niño/a, ya tienes la cena*”, “*no crees que deberías recoger un poco tu habitación y dejar de*

⁴³ Por ejemplo, en el caso de *Diablo III* (y los videojuegos online en general), las pantallas de los ordenadores pueden aislar o delimitar una región en el aspecto táctil o visual, aunque no tiene porqué ser así en el auditivo (mediante los programas de audio, los jugadores pueden escuchar qué ocurre al otro lado de las pantallas).

⁴⁴ Debemos estar preparados para ver que la impresión de realidad fomentada por una actuación es algo delicado, frágil, que puede ser destruido por accidentes muy pequeños” (Goffman, 1959: 67).

⁴⁵ Amigos, compañeros de piso...

⁴⁶ “*Cuando los extraños irrumpen inesperadamente en la región anterior o posterior de una determinada actuación, la consecuencia de su presencia inoportuna puede frecuentemente estudiarse*” (Goffman, 1959: 146).

jugar a las maquinitas”, “*necesito que me prestes esto*”... los jugadores adoptan estrategias⁴⁷ que tratan de evitar el desmoronamiento de sus interpretaciones (esforzándose por mantener las apariencias ante los espectadores).

“Y es eso...no me gusta nada que me molesten mientras juego. A veces entra alguien y se piensa que porque estés jugando no tiene importancia lo que haces, y te hablan y tal, y no se dan cuenta de que no sólo te joden a ti, sino a tus compañeros que dependen de ti”. (Entrevista n^o: 1. Hombre, 31 años, Madrid).

“Cuando estás concentrada en Diablo, y vas a saco, que te interrumpen es lo peor, luego es reengancharte, porque es como que te sacan un poco de la atmósfera”. (Entrevista n^o: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

De este modo, cuando una madre o padre le dice a su hijo/a que ya le ha preparado el desayuno (“*te he dejado tu vasito de leche encima de la mesa*”) puede perturbar la imagen y percepciones proyectadas hacia la audiencia, restando credibilidad y destruyendo la reputación, lustre o popularidad del jugador. Frente a esto, los diferentes sujetos adoptan una serie de estrategias para proteger las impresiones generadas, dotando de mayor consistencia a sus acciones dramáticas. Obsérvense algunas de las más habituales.

- En primer lugar, una de las tácticas más frecuentes para preservar la actuación, consiste en la búsqueda de la complicidad o el apoyo por parte de los espectadores, apelando a comprensiones comunes y acuerdos compartidos (Garfinkel, 1968a; 1972). Debido a esto, cuando un incidente o desliz pone en riesgo la interpretación, los actantes tratarán de lograr el apoyo de la audiencia (“*chicos/as, ya conocéis a mi madre*”, “*¡qué pesado es mi hermano!*, *no sé cómo serán los vuestros*”, “*¿no estáis hartos*

⁴⁷ Continuamente se utilizan prácticas preventivas para evitar este tipo de perturbaciones y prácticas correctivas para compensar los casos de descrédito. Según Goffman (1959) existirían dos tipos de actividades destinadas a salvaguardar las impresiones: 1) Prácticas defensivas: Cuando un sujeto utiliza tácticas y estrategias para proteger sus propias proyecciones, y 2) prácticas proyectivas o “tacto”: Cuando un participante utiliza estrategias para salvar la definición de la situación proyectada por otro.

de que siempre nos interrumpen?). De este modo, el refuerzo y auxilio del resto de los espectadores fortalecerá la imagen del actuante recobrando las impresiones originales (a la vez que actuará como resorte cohesionador del grupo o equipo).

- Otra de las estrategias más comunes encontradas consiste en simular que nada de lo verdaderamente acontecido ha ocurrido realmente. Así pues, los jugadores pueden pretender o fingir (con mayor o menor apoyo de la audiencia⁴⁸) que el incidente perturbador nunca se ha producido. Por ejemplo, ante la mencionada situación en la que una madre le comunica a su hijo/a que ya le ha preparado el desayuno, los jugadores pueden optar por simular⁴⁹ que no han escuchado nada y seguir interpretando su papel con total naturalidad (con la esperanza de que el resto de usuarios tampoco se hayan percatado o al menos finjan no haberlo hecho). Es importante señalar, así mismo, que este tipo de estrategia se encuentran entre las más habituales y tiende a reforzar los lazos y comprensiones comunes entre los distintos jugadores (sin embargo, para su correcto funcionamiento, se suele requerir una mínima confianza entre los miembros del equipo).
- En tercer lugar, ante una circunstancia de riesgo potencial los jugadores pueden decantarse por apagar repentinamente el micrófono o la cámara (webcam) y reconectarla una vez que haya pasado la situación de mayor peligro. Posteriormente, encubriendo sus verdaderas intenciones, aducirán que los dispositivos tecnológicos se han desconectado por sí solos, debido a un fallo técnico o electrónico (eximiéndose de toda responsabilidad y protegiendo, al mismo tiempo, su imagen y fachada). Asimismo, otro tipo de jugadores más cautelosos optarán directamente por emplear dispositivos que requieran su activación manual (si quieres que se te escuche, tienes que pulsar una tecla determinada), a fin de tener

⁴⁸ Como integrantes del auditorio podemos percibir que las impresiones que trata de dar el actuante son más verdaderas o falsas, pero cuando percibimos falsedad o una falsa fachada “*pensamos en discrepancias entre las apariencias fomentadas y la realidad*”. (Goffman, 1959: 70).

⁴⁹ Los actuantes tratan de encubrir aquellos aspectos que puedan perjudicar la versión idealizada de sí mismos (actividades, hechos...)

un mayor control sobre las situaciones de riesgo y posibles deslices o incidentes.

- Por último, los jugadores pueden rearticular las propias nociones espaciales del escenario de interpretación y buscar una segunda región (más íntima, protegida y oculta) dentro de la propia región posterior, podríamos hablar, por tanto, de una trastienda o región post-posterior. Por ejemplo, cuando un jugador se levanta y se marcha a otro espacio para hablar en privado por teléfono, podríamos interpretar que está buscando una cierta intimidad, un trasfondo o una región posterior alternativa donde sus prácticas y actividades queden totalmente encubiertas y resguardadas de los posibles juicios o valoraciones negativas emitidas por la audiencia.

Figura 6.9. Jugador de *Diablo III* en región posterior (en pantalla, región anterior en contexto de preparación de interacción online).



Fuente: propia (trabajo de campo).

De este modo, es muy interesante observar cómo se gestionan las molestias, interrupciones o la presencia simultánea de los jugadores en varias

esferas (escena y bambalinas), cuestionando esa separación implícita en la noción de círculo mágico.

En los juegos de rol online es muy pertinente prestar atención a las transiciones entre distintas regiones: el momento en que un jugador abandona el escenario o región anterior y penetra por completo en la región posterior. ¿Pero qué tienen de especial los movimientos entre espacios públicos y privados? La respuesta es relativamente sencilla, en dichos desplazamientos es cuando mejor se revela ante nosotros el fin de la mascarada, o dicho de otro modo, es el momento en el que más fielmente podemos percibir los cambios de papeles (Goffman, 1959). Además de la observación etnográfica en sí en los trasfondos escénicos, podemos abordar este tipo de transiciones a través del análisis de los deslices. Por ejemplo, en ocasiones al finalizar la sesión de juego los sujetos implicados se olvidan de que aún permanecen con el micrófono⁵⁰ abierto o encendido, retirándose la máscara y dando por finalizada la interpretación de su papel. La audiencia, ante este tipo de fenómenos, asume que la “*pieza teatral*” ya ha concluido, y por ello no supone ningún riesgo para la interpretación colectiva (existe un cierto consenso, acuerdo compartido o comprensión común⁵¹ acerca de que es una circunstancia especial en la que se permite la visibilización de los actores sin aparataje).

Asimismo, otro de los contextos en los que podemos observar un cambio significativo de papeles entre los jugadores son los instantes en los que los individuos cambian su avatar (por ejemplo, el momento en el que dejo de jugar con la maga y empiezo una partida con el cazador de demonios). Los roles y papeles asignados a cada personaje suelen ser bastante consistentes y coherentes entre sí, respondiendo a esquemas interpretativos y marcos de experiencia (Puente y Tosca, 2013a; Goffman, 1974) fácilmente identificables (es relativamente sencillo identificar los esquemas interpretativos del bárbaro frente a la maga).

⁵⁰ Generalmente, los jugadores de *Diablo III* tienden a utilizar *softwares* de mensajería por voz (tales como *Team Speak* o *Skype*) que son completamente independientes del juego en sí, lo que a su vez implica que tengan que ser desactivados o apagados de forma separada (dando cabida a la posibilidad de un olvido o deslíz; dejando abierto el programa de audio cuando el juego ya ha sido cerrado).

⁵¹ Véase Garfinkel (1968a) y Mead (1968).

4.2. Estrechando lazos. La sociabilidad y la dimensión multijugador.

“El hombre, ese ser tan débil, ha recibido de la naturaleza dos cosas que deberían hacer de él el más fuerte de los animales: la razón y la sociabilidad.”

—Séneca

La sociabilidad en el espacio de juego no se refiere meramente a que unos jugadores hablen o interactúen los unos con los otros, sino que es algo mucho más complejo, un entramado de redes, prácticas y actuaciones que se extienden más allá del propio juego en sí (entre lo online y lo offline), y que se desarrollan o se desintegran a lo largo del tiempo (Taylor, 2006; Pearce, 2009; Hjorth, 2011; Puente y Tosca, 2013). El reconocimiento de la sociabilidad asociada al juego, como por ejemplo, la importancia del juego en las conversaciones o como forma que refuerza lazos de amistad existentes o relaciones de pareja, cuestiona nuevamente esa separación implícita en la noción de círculo mágico.

“Fue muy gracioso, porque la época en la que salió [Diablo III], me acuerdo que era el tema del que estábamos hablando. Igual estábamos jugando todos juntos una partida, que después nos salíamos a tomar una cerveza y seguíamos hablando de eso. Fue como un boom, igual un poco monotemáticos nos volvimos, pero bien, era divertido. Siempre había un tema de conversación de “ay, pues he probado no sé qué, y me ha salido tal y... he hecho esto...y me he quedado en este sitio, y he visto el vídeo de la cinemática de después de cuando pasas a...”. Y entonces bueno, pues tenía su gracia; supongo que para la gente que no jugaba era un poco horrible, tener que estar escuchándonos hablar todo el rato hablar de eso...” (Entrevista n^o: 3. Mujer, 25 años, Madrid).

“A veces son algo más...no sé, son una forma de relacionarte y comunicarte con tus amigos. A veces compartes una cañas en el bar y otras juegas al PC, no sé...Para mí es una distensión también, una forma de relacionarte con tus amigos, y bueno a veces con extraños [...] una forma de entablar relaciones...es un juego social”. (Entrevista n^o: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

El conocimiento e interacciones grupales, así como las prácticas colectivas, ocupan un lugar central en las experiencias individuales de los jugadores. Rápidamente, incluso los individuos más solitarios se encuentran inmersos en una de serie estructuras mucho más grandes (organizadoras y organizadas) que son cruciales para la articulación de dicho espacio; las prácticas y acciones compartidas llegan a convertirse en una base para las interacciones sociales ritualizadas (Goffman, 1959), las cuales se conforman a partir de procesos de agencia compartida (Latour, 1998; Lasén 2012) e intersubjetividad⁵² (Geertz, 1973; Blumer, 1969; Pearce, 2009). Tal y como afirma Taylor: “*los jugadores no se sociabilizan únicamente en el sentido más simple, sino que conforman complicados sistemas de confianza, dependencia y reputación*” (2006: 80). Un ejemplo de dichos sistemas de interdependencia se manifestaría en la materialización y emergencia de grupos o *raids*, un tipo de misión en la que conjuntos muy grandes de jugadores se enfrentan a un enemigo de gran dificultad, o en la generación de contenidos producidos por los usuarios (guías, tutoriales, foros...).

Mientras que videojuegos como *Diablo III* pueden ser jugados de manera individual, la práctica solitaria es tan sólo una experiencia parcial del juego (Taylor, 2006), pues gran parte del verdadero interés de los individuos radica en lo social por toda la serie de incentivos que ofrece la propia sociabilidad, tal y como se refleja en las citas anteriores. Por ejemplo, en los niveles más altos de dificultad (como infierno o averno) determinadas logros u objetivos son casi imposibles de superar de una manera aislada, pues se suele requerir de la colaboración de otros jugadores. Cuando los usuarios se encuentran en partida multijugador pueden ayudarse entre ellos, mejorando las características de todo el grupo a través del lanzamiento de hechizos que incrementan los atributos colectivos. De hecho, el propio dispositivo favorece la cooperación mediante la otorgación de bonos de experiencia y obtención de recursos⁵³ (valores *nephalem*)

⁵² De acuerdo a autores como Geertz (1973), Blumer (1969) o Pearce (2009) las prácticas sociales son construidas mediante interacciones sociales; la intersubjetividad serían todos los significados compartidos que construyen los individuos a través de sus interacciones y que utilizan para interpretar los elementos de la vida socio-cultural.

⁵³ Muchos juegos, para poder desenvolverse bien en ellos, requieren confiar en otros jugadores y consultar bases de datos, guías, tutoriales o foros. Según Taylor: “*Large persistent world games like EverQuest and Star Wars Galaxies are excellent examples of game spaces that cannot be*

para premiar o beneficiar a los sujetos que se encuentran en partidas multiusuario (véase figura 5.30). Mulligan y Patrovsky (2003), en esta línea, señalan como el diseño de los juegos debe atender y prestar atención a la creación de herramientas y robustos sistemas integrados que favorezcan la interacción social dentro del juego.

Los *power gamers*, o jugadores de tendencia más instrumental, son especialmente conscientes de sus propias limitaciones y de lo importante que resulta cultivar las redes de ayuda y solidaridad para superar los retos planteados. Pese a la naturaleza social de la aventura, que implica la interrelación con varios jugadores, a medida que avanza el juego se vuelve más necesaria la conformación de grupos para lograr los objetivos y avanzar en la trama.

“con los valores nephalem pues fueron facilitando y creando un poco más la organización de grupos, y yo creo que en un juego online lo que hay que primar es la organización de grupos y que la gente se tenga que juntar para conseguir mayores logros o mayores objetos. Entonces yo creo que ese es el fin de un juego online, porque si no, no le veo el sentido. Si lo que priman es que juegues tú solo no entiendo por qué hacen juegos online” (Entrevista n^o: 1. Hombre, 31 años, Madrid).

“teniendo en cuenta que aparte en Diablo tiene que haber táctica, o sea, no es algo en plan de “va, venga, los soltamos aquí y a matarnos”, no, no...realmente tienen que ser ataques coordinados, así que me parece indispensable alguna herramienta de comunicación entre los jugadores” (Entrevista n^o: 4. Hombre, 26 años, Vigo).

“es un juego que de hecho está orientado un poco a fomentar eso ¿no?, hay logros cooperativos y sociales que solo puedes conseguir si te relacionas con otros jugadores y cooperas...” (Entrevista n^o: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

mastered by single players. The design of the games themselves reward—and often require—sociality and reliance on others. Players often transfer this reliance outside the strict boundaries of the game” (2007: 110).

“Solo he jugado muy poquito, ya digo que yo los juegos solos me acabo aburriendo. Sobre todo los que son muy repetitivos como estos, que es hacer un nivel, limpiarlo de bicho, volver a hacerlo, limpiarlo de bichos, volver a hacerlo...Me aburre mucho. Entonces cuando estás con gente pues vas hablando, vas compartiendo objetos... No sé, tienes otras motivaciones. [...] Yo creo que el futuro está en los juegos que ofrezcan posibilidades de hacer grupos, bandas, poder hacer raids, [...] Lo bonito es que tengas tú que formar un grupo para conseguir ciertos materiales para conseguir tú mejorar tu equipo.” (Entrevista n^o: 8. Hombre, 26 años, Leganés).

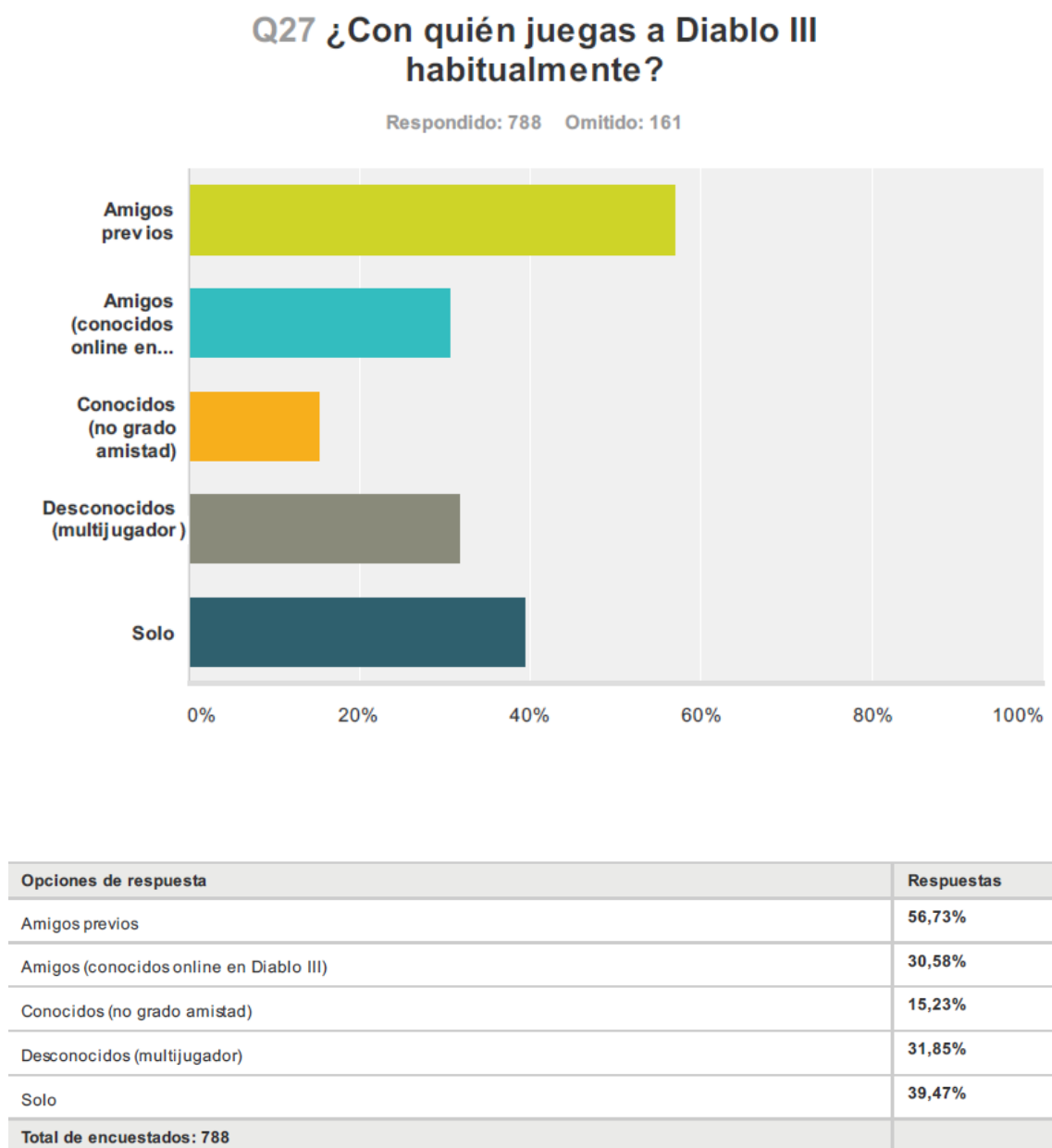
“el jugar solo es un poco un rollo a según qué niveles. Porque claro a nivel normal vale, pero a niveles altos, bueno en infierno las primeras veces que empecé a jugar yo sola era como “jopeta, estoy muriendo todo el rato” pero luego juegas con más personas y se hace mucho más llevadero, además que claro, dices, bueno yo muero pero luego resucito donde están los otros y no sé, lo veo hecho como para jugar con gente y no para jugar tú solo. El Diablo II era un poco más indiferente, yo creo, porque al Diablo II sí que jugué bastante yo sola y no notaba tampoco que me hiciera falta un apoyo. Y sin embargo en este juego lo veo mucho más sociable, bueno...muchísimo, muchísimo no, pero más sociable [...] Bueno y eso, que además el Diablo luego si juegas con gente es más divertido porque estás ahí metiéndote con los demás, o te ríes de ellos si mueren o cosas de éstas, está bien”. (Entrevista n^o: 5. Mujer, 27 años, Barcelona).

Parece claro, en línea con autores como Jakobsson et al. (2003) o Taylor (2007), que las asociaciones entre usuarios no sólo convierten la experiencia de juego en algo más divertido o excitante, sino que también facilitan la consecución de logros y recompensan la práctica lúdica.

Los jugadores de *Diablo III* muestran una gran cantidad de tipos diferentes de interacciones sociales; algunas más formales y otras más informales, algunas duraderas y otras más volátiles, con mucha o poca carga

interpretativa (recreación de papeles), de tendencia más instrumental o expresiva, conectadas con familiares y amigos o con desconocidos (en muy diferentes niveles de confianza)... Sin embargo, todas ellas conforman la realidad social del espacio de juego (inscrita en unos contextos y culturas específicas) y dotan de significado a las prácticas y actividades que allí se desarrollan (Garfinkel, 1968a).

Figura 6.10. Hábitos de juego en base a práctica aislada o acompañada (opciones de respuesta no excluyentes).



Fuente: propia (encuesta). Véase epígrafe metodología.

A la vista de los datos parece imponerse la idea de que *Diablo III* es un juego eminentemente social, pese a que el diseño en sí, está orientado tanto a práctica individual como colectiva. Un 61,53%⁵⁴ de los jugadores encuestados afirman que nunca juegan en soledad. Pero ¿qué tipo de acompañantes son los más frecuentes durante las aventuras? En primer lugar destaca el aspecto de que el 56,73% de los usuarios afirman jugar habitualmente en compañía de amigos previos o conocidos anteriormente, lo que concuerda con las observaciones realizadas. Es muy interesante observar cómo se configuran redes y sistemas de prácticas e inercias (Becker, 1995) que traspasan a los propios dispositivos y que arrastran a los jugadores de unos contextos y juegos a otros, a través de la mediación de otros agentes, como por ejemplo, los amigos.

“al Diablo II no llegué a jugar y era una saga que tenía un poquito abandonada. Pero a través de un par de amigos que me comentaron que iba a salir le tercer juego de Diablo y que tenía muy buena pinta, pues la verdad que nos cogimos el juego a la vez y que empezamos a jugar los tres a la vez prácticamente. Y entonces fue más a través suyo que...porque yo no tenía mucha más información de este juego hasta poco antes de tenerlo en la mano comprado”. (Entrevista nº: 6. Hombre, 30 años, Segovia).

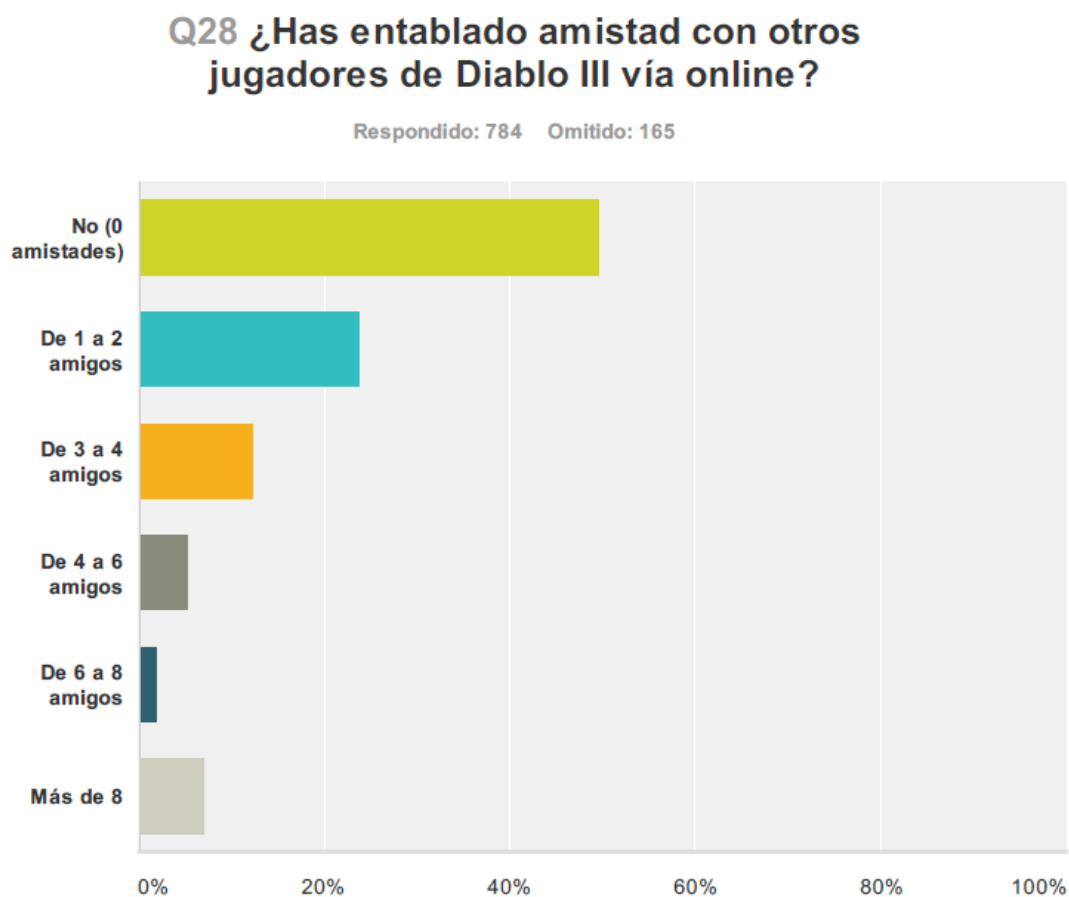
Pero más allá de todo lo señalado, *Diablo III* también es un espacio donde afloran y arraigan nuevas interacciones y afectividades, un escenario donde los jugadores actúan y establecen relaciones con otros sujetos extraños que eventualmente se consolidarán (fortaleciéndose y transformándose en desconocidos íntimos o amigos) o que serán más bien transitorias. De este modo, el 30,58% de los individuos asegura jugar habitualmente⁵⁵ con amigos que han sido conocidos en el propio entorno de *Diablo*, mientras que un 31,85% también afirma haberlo hecho con totales desconocidos (en partidas multijugador). Pero,

⁵⁴ Los jugadores que explicitan jugar solos en alguna ocasión únicamente representan al 39,47% del total de la muestra.

⁵⁵ Un 30,58% de los individuos encuestados juegan habitualmente con amigos conocidos en *Diablo III*, pero esta cifra aumenta hasta un 50% cuando se incluye a los usuarios en alguna ocasión o raramente han jugado con amigos o conocidos entablados en el espacio de juego de *Diablo III*.

¿cómo se distribuye y organiza cuantitativamente el establecimiento de relaciones de amistad en el espacio de juego? Obsérvese el siguiente gráfico.

Figura 6.11. Número de nuevas amistades entabladas en el espacio de juego de *Diablo III*.

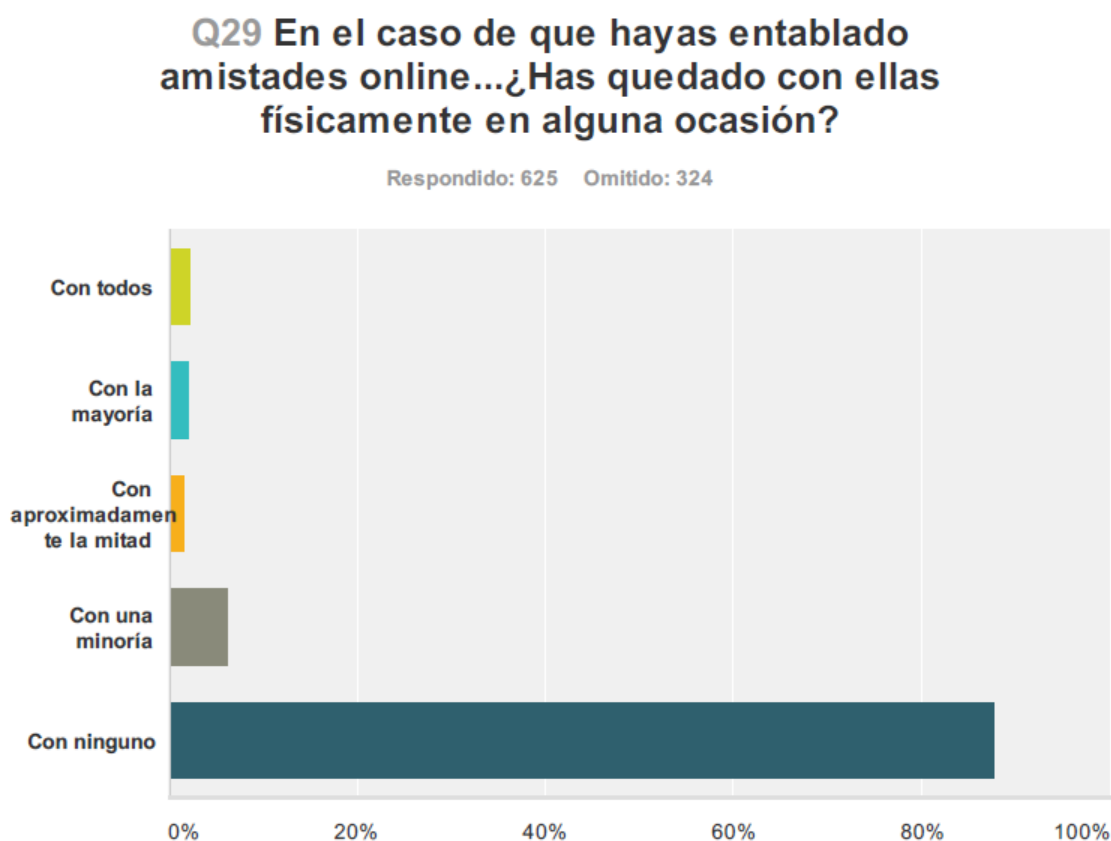


Opciones de respuesta	Respuestas	Cantidad
No (0 amistades)	49,62%	389
De 1 a 2 amigos	23,72%	186
De 3 a 4 amigos	12,37%	97
De 4 a 6 amigos	5,23%	41
De 6 a 8 amigos	1,91%	15
Más de 8	7,14%	56
Total		784

Fuente: propia (encuesta online).

El 50,38% de los encuestados afirman haber entablado alguna amistad (vía online⁵⁶) en *Diablo III* (el 49,62% restante especifican lo contrario). De entre todos los jugadores que respondieron a la encuesta, casi una cuarta parte (23,72%) consideran haber realizado uno o dos amigos, mientras que el 12,37% entre tres y cuatro. Finalmente, también es significativo que más de un 7% de los jugadores afirman haber hecho más de 8 amigos en total (a través de *Diablo III*). Pero, ¿qué porcentaje de jugadores han traspasado las fronteras de lo online y se han encontrado físicamente en otros escenarios? Un significativo 12,32% de los usuarios se han encontrado (quedada) en alguna ocasión con amigos realizados a en el juego.

Figura 6.12. Número de nuevas amistades entabladas en el espacio de juego de *Diablo III*.



Fuente: propia (encuesta online).

⁵⁶ “He conocido un montón de gente porque yo jugaba sola y sí que conozco a un montón de gente, que a día de hoy, después de dos años, son algunos de ellos grandes amigos, y a algunos de ellos sí que les conozco en persona” (Entrevista n:9).

Además es ciertamente destacable, que una notable cantidad de jugadores (cerca del 10%) afirman haber tenido deseos de quedar con amigos conocidos a través de *Diablo III*, pero por cuestiones, principalmente geográficas, de desplazamiento o recursos, habría resultado imposible.

“Sí, porque me parecieron gente genial y por desgracia al no tener coche o ingresos no he podido visitar a ninguno en sus respectivas ciudades y viceversa” (P.31 encuesta: respuesta: 251⁵⁷).

“Porque vivimos geográficamente bastante lejos, pero ya hemos hablado de vernos alguna vez cuando podamos (P.31 encuesta: respuesta: 425).

“Sólo conocí uno y la verdad que dejo de jugar y le perdí la pista, pero me hubiera gustado conocerlo en persona se le veía bastante majo el chaval” (P.31 encuesta: respuesta: 537).

“Pues gente sin posibilidad de desplazarse, hay conocidos sin posibilidad de desplazarse por España, sólo he quedado con la gente de más edad” (P.31 encuesta: respuesta: 572).

“Nos hubiera encantado a todos, pero la distancia y el dinero que conlleva son el mayor impedimento”. (P.31 encuesta: respuesta: 623).

“Sí, pero estamos geográficamente muy distantes. Aunque estamos tratando de organizar alguna cosilla para vernos :-)” (P.31 encuesta: respuesta: 724).

Finalmente, parece evidente que el interés de los jugadores en la interacción social es bastante destacable, sin embargo, ¿qué ocurre cuando se pone en comparación con los principales indicadores de consecución de logros y de mejora? Los datos recopilados parecen demostrar que el interés en la interacción es bastante similar a otros aspectos más relacionados con la

⁵⁷ Véase anexo metodológico. Informe encuesta online.

superación de los objetivos y metas existentes. De hecho, el interés en la interacción con otros jugadores es ligeramente superior a las motivaciones derivadas de la mejora de habilidades, nivel, equipo y objetos.

Figura 6.13. Interés de los jugadores de *Diablo* en distintos aspectos de la sociabilidad y mejora del personaje. (Escala de 1 a 5, donde 1 representa máximo interés y 5 mínimo interés⁵⁸)

	1	2	3	4	5	Total	Clasificación promedio
Interacción con otros jugadores	16,77% 137	17,26% 141	25,34% 207	22,03% 180	18,60% 152	817	2,92
Consecución de logros	17,52% 143	13,97% 114	16,79% 137	18,87% 154	32,84% 268	816	2,64
Mejora de habilidades y nivel	14,18% 116	34,60% 283	19,32% 158	25,06% 205	6,85% 56	818	3,24
Mejora de equipo y objetos.	34,96% 286	18,34% 150	12,22% 100	10,15% 83	24,33% 199	818	3,29

Fuente: propia (encuesta online).

Como se observa en la tabla 6.13, la consecución de logros recibe el mayor interés por parte de los jugadores (2,64 valor medio), seguida de cerca por la interacción (2,92), y a más distancia, por la mejora de habilidades o nivel (3,24) y de equipo y objetos (3,29). Pese a la significativa infrarrepresentación de la sociabilidad en la literatura especializada (Pearce, 2006; Taylor, 2007), los datos parecen corroborar la importancia de las interacciones, redes, prácticas y actuaciones de los jugadores, las cuales, les atraen y suscitan un gran interés.

“La verdad es que es, muy gratificante, muy interesante. Conocer a gente que a priori ni por edad, ni por sexo, ni por profesión tienen nada que ver

⁵⁸ Nótese que a lo largo de la encuesta online se fueron invirtiendo los órdenes de las escalas empleadas. En algunas ocasiones de mayor a menor y en otras de menor a mayor (en este caso el 1 representa el máximo absoluto mientras que el 5 el mínimo interés). La razón principal radica en evitar la monotonía y mecanización en las respuestas (obligando al entrevistado a prestar mayor atención a las preguntas). Invertir y alternar las escalas supone aumentar la tasa de respuestas y evitar errores de mecanización (Cea D’Ancona, 2004).

contigo y de repente coincides en internet en un punto y se hacen tan importantes en tu vida”. (Entrevista n^o: 9. Mujer, 23 años, Getafe).

Por último, la sociabilidad también puede tener algunos efectos negativos o contraproducentes. Por ejemplo, según Taylor (2006) muchos jugadores con gran experiencia en los videojuegos afirmaban que podían gastar demasiado tiempo ayudando a otros usuarios con menos experiencia. Así mismo, el establecimiento de fuertes vínculos y afectividades puede ralentizar el avance (es necesario esperar a todos los jugadores ausentes), limitar los recursos (se espera solidaridad entre los jugadores más avanzados) u obligar a renunciar a los intereses individuales en beneficio del consenso e interés común.

5. La economía de juego. El sistema de comercio y la circulación de la información.

“Es peligroso viajar sólo. Toma esto.”

— La Leyenda de Zelda.

“El comercio une al mundo en una común hermandad de dependencia mutua y de intereses recíprocos.”

— James Abraham Garfield.

El sistema de transacciones y comercio (economía de ítems y objetos) de *Diablo III*⁵⁹, ha supuesto una verdadera revolución en el ámbito de los juegos de rol de acción, y más específicamente, entre la comunidad de seguidores de la saga *Diablo*. Pero, ¿qué tipo de novedades nos ofrece *Diablo III* respecto a sus títulos precedentes? A la anteriormente mencionada posibilidad de selección entre

⁵⁹ Algunos de los fragmentos del presente epígrafe han sido extraídos de un artículo publicado previamente. Véase: Puente, H. (2012). Análisis crítico de *Diablo III*. El mito del juego irreal. Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales, Norteamérica, 9, dic. 2012. ISSN: 1549 2230 Disponible en: <http://teknokultura.net/index.php/tk/article/view/63>.

sexos, (no disponible en *Diablo I* y *II*⁶⁰), se sumarían otras innovaciones de especial relevancia como es el caso del nuevo sistema de comercio implementado por *Blizzard*⁶¹, esto es, la casa de subastas (la cual combina opciones de pago tanto en moneda de curso legal como en divisa propia de *Diablo III*).

Desde los inicios de la preocupación académica por lo lúdico, ha existido una fuerte controversia en cuanto a la definición y consideración de juego (Egenfeldt-Nielsen, Smith y Tosca, 2012). Actualmente siguen existiendo una serie de autores que entienden la práctica lúdica como una actividad totalmente separada de la vida cotidiana, una acción ilusoria o una mera fantasía. Por ejemplo, Salen y Zimmerman (2004) enfatizan la idea de que el tiempo, espacio y las reglas del juego se hallan perfectamente delimitadas y separadas del tiempo, espacio y reglas de la vida diaria. Sin embargo, dichas asunciones han sido fuertemente cuestionadas. A modo de recordatorio⁶², es preciso señalar, que Johan Huizinga (1938) y Roger Caillois (1958) entienden por círculo mágico ese espacio separado, improductivo, ficticio, reglado por normas especiales y ajeno a la realidad que generan todos los juegos. Según su perspectiva, cuando los jugadores inician la práctica lúdica se sumergen en un espacio alternativo (círculo mágico) que según Buckingham (2006) tiene unas fronteras muy claras que lo separan de la vida ordinaria. Sin embargo, otros autores como Juul (2003) o Corneliussen (2008) critican a los académicos anteriormente mencionados aduciendo que las fronteras entre lo que denominan “vida cotidiana” y “espacio de juego” se desdibujan y son altamente difusas, el juego nunca es una actividad aislada de la realidad. Las consecuencias del juego traspasan estas “falsas fronteras”, que realmente se asemejarían más a una membrana porosa que separa dos planos o escenarios de una misma realidad diaria entre la que los usuarios se deslizan. De hecho, para demostrar la citada inconsistencia, volatilidad y permeabilidad del círculo mágico, autores como Castronova (2001, 2005), Dibell (2006), Taylor (2006), Mortensen (2008) o Pearce (2009) han hecho referencia

⁶⁰ Dicha novedad (posibilidad de selección entre sexos) responde a viejas reclamaciones de autores como Corneliussen (2008), Pearce (2009) o Hjorth (2011), más fidedignas con la compleja variedad, diversidad y pluralidad de perfiles de usuarios/as.

⁶¹ Se recuerda que *Blizzard* es la desarrolladora de *Diablo*.

⁶² Véase capítulo II, conceptos básicos (definición de círculo mágico).

a fenómenos como el *farmeo*⁶³ o la compra-venta directa de objetos virtuales, personajes o incluso cuentas de usuario a cambio de dinero físico o real. Hasta la fecha se han utilizado numerosas vías alternativas para ejecutar las transacciones comerciales en las cuales los jugadores intercambiaban diferentes ítems y objetos por dinero real (euros, dólares...), siendo una de las opciones más populares la utilización del portal eBay⁶⁴. Sin embargo, existen algunos antecedentes que pueden resultar de gran interés. Castronova (2001) fue uno de los primeros autores en percatarse de la permeabilidad del círculo mágico analizando la economía de juego a través de las transacciones comerciales en el reino de *Norrath*, perteneciente al afamado juego de rol *EverQuest*. Como afirma Mortensen: “él describe un mercado que transgrede el espacio de juego y mueve recursos de una arena a otra” (2008: 215). Sin embargo, para Castronova (2001), este tipo de prácticas no serían del todo deseables, pues plantearían problemas como el de la legitimidad a la hora de obtener los objetos en cuestión, y conjuntamente, trastocarían uno de los grandes valores añadidos de los videojuegos, éste es, el potencial de la fantasía, lo que en definitiva corrompería el círculo mágico. Por el contrario, Taylor (2006) haciendo referencia a la inclusión de un canal de chat específico para la compra y venta de mercancías en *EverQuest* afirma que “la inclusión formal de este canal de comunicación dotaba de legitimidad a la acción de comprar y vender ítems” (2006: 63), terminando de esta manera con cualquier debate en torno a la legitimidad del logro y haciendo énfasis, una vez más, en la interconexión de “mundos”. Sin embargo si bien es cierto que la existencia de un chat específico para las actividades comerciales dentro de *EverQuest* institucionalizó esta serie de prácticas (intercambio de objetos virtuales por dinero real), el debate en torno a la legitimidad del *farming* (sobre todo cuando existe una rentabilidad de tipo económico) no se agotaría con la inclusión de canales, estructuras o vías formales en el entorno virtual (que posibilitan el comercio), sino que pondría de manifiesto la existencia de un tipo de jugador con los recursos económicos suficientes como para optar mediante vías alternativas al logro de determinados objetos de su deseo. Por su parte,

⁶³ Procedente del inglés *farmer* (granjero) es el término que denomina a aquellos jugadores que tratan de obtener experiencia, dinero, objetos o recursos de gran valor dentro del juego, a través de matar enemigos una y otra vez en un mismo lugar (generalmente considerado como el más propicio para obtener la recompensa deseada). En numerosos casos, los farmeadores intercambian los recursos por divisas reales.

⁶⁴ Disponible en: <http://compraventa.ebay.es/> Consultado [04/08/2012]

Mortensen (2008) considera que este tipo de opciones de comercio posibilitan una alternativa a aquellos jugadores más comprometidos que por diversas razones no pueden dedicar todo el tiempo que desearían al juego, a la vez que cuestionaría la impermeabilidad del círculo.

Por último, es preciso señalar que el fenómeno del *farmeo* y la compra-venta no serían en ningún caso un negocio menor limitado a unos pocos casos aislados de jugadores, sino que más bien es una práctica bastante frecuente, como así demuestra la existencia de una potente red de empresas dedicadas a la venta de recursos virtuales como el oro (radicadas en su mayoría en países del sureste asiático) entre las que se encontrarían portales como *Sale Diablo3* (<http://www.salediablo3.com/>), *MMO Sale* (<http://www.mmosale.es/>) o *Diablo III Gold Sell* (<http://www.diablo3goldsell.com/>).

Si bien el negocio de la compra-venta no constituye un fenómeno novedoso, pues cuenta con más de una década de tradición (Castronova, 2001) y ha atraído la atención de numerosos investigadores que han analizado dicho fenómeno en entornos como *Ultima Online* (Taylor, 2006) o *World of Warcraft* (Mortensen, 2008), es una de las primeras ocasiones en la historia de la industria en las que “superventas” cuenta con una herramienta, integrada en el propio juego en sí, que posibilita y formaliza el tráfico de divisas entre los distintos usuarios, tanto monedas virtuales como de curso legal. Dicha herramienta, conocida como *casa de subastas*, permite transferir cantidades de dinero facultando al jugador a elegir entre dos formas de pago, bien mediante divisa virtual (monedas de oro de *Diablo III*) o bien mediante dinero real (euros o dólares). El funcionamiento de la *casa de subastas* es simple, pero tenemos que distinguir entre dos tipos de situaciones, cuando la subasta es en dinero real o moneda propia de *Diablo III* y cuando el jugador actúa como comprador o bien como vendedor. Lo primero que deben hacer todos los jugadores (tanto si se adoptan el rol de comprador como el de vendedor) es decidir a qué tipo de casa de subastas desean acudir, si bien a la casa en dinero real (euros) (véase figura 6.14) o bien en moneda virtual de *Diablo III* (ver figura 8.2). Cuando el jugador actúa como comprador (obsérvese figura 6.14) puede elegir entre pujar por un objeto colocado en la subasta (compitiendo con otras pujas hasta que se agote el

tiempo máximo establecido: 1 día y 12 horas) o bien pagar un precio determinado para su adquisición directa⁶⁵. En cambio, cuando el jugador adopta el rol de vendedor (ofertante de objetos), tiene la potestad para elegir cómo quiere que se le efectúe el pago, colocando el ítem en una de las dos casas de subastas a su disposición.

Figura 6. 14. Casa de subastas con dinero real (euros) de *Diablo III*, en la que se ofertan objetos por su valor en puja (primera columna) y en compra inmediata (segunda columna). La tercera columna se refiere al tiempo límite para finalizar las respectivas pujas.



Fuente: propia (captura de pantalla).

El único requisito para utilizar la casa de subastas con dinero real es tener asociada la cuenta de usuario al servicio de pago en línea de *PayPal*⁶⁶. Hasta ahora, opciones de este tipo (pago desde el propio juego a otros jugadores) no se encontraban implementadas *per se* en ningún otro juego de similares

⁶⁵ En ambos casos, pago en moneda de oro o en euros, *Blizzard* se quedará con el 15% del valor total de la transacción, aspecto que ha generado gran controversia entre la comunidad de jugadores.

⁶⁶ Disponible en: <https://www.paypal.com/es/home>

características (al menos entre los más jugados en la actualidad). La supuesta “inviolabilidad” del círculo mágico, lo ilusorio y ajeno a la realidad cotidiana de éste, o la delimitación férrea entre mundos, se muestra claramente falsa en *Diablo III*. Los distintos espacios y escenarios, online y offline, se encuentran fuertemente interconectados (Hjorth, 2011), los jugadores, a su vez, se mueven entre planos cada vez más difusos de una misma realidad diaria y operan, en ocasiones, simultáneamente desde ambas (como por ejemplo en los casos citados de la gestión de las molestias o interrupciones en situaciones de presencia coparalela, o la importancia del juego en las conversaciones o como forma que refuerza los lazos afectivos existentes entre amigos o pareja). La economía de lo irreal, se muestra mucho más real de lo imaginado, tornándose tangible en el caso expuesto. Si bien Huizinga (1938), Caillois (1958) o Salen y Zimmerman (2004) afirmaban que lo que ocurre en el juego se queda en el juego (sin afectar afecta a la vida real o cotidiana ajena al círculo), cuando alguien recibe una transferencia real en su cuenta bancaria ¿no están acaso traspasando las consecuencias del juego más allá de ese mundo aislado conocido como círculo mágico? La economía de juego, por tanto, no es un asunto ilusorio o menor.

Por otro lado, algunos de los jugadores más competitivos utilizan elaboradas estrategias de ocultamiento de la información (metáfora del juego goffmaniana⁶⁷) para manipular las redes transaccionales en su propio beneficio. De este modo, un cierto número de usuarios encubre la información relativa a aspectos como los mejores lugares de recolección de recursos o *farmeo*, las mejores estrategias de comercio o las formas más eficientes de optimizar el dinero; evitando hacer extensible al resto de usuarios este tipo de información clave. Como se verá en el próximo capítulo, la casa de subastas de *Diablo III* sufrió ataques especulativos con determinados tipos de recursos valiosos como las gemas. Este tipo de estrategias o juegos de ocultamiento y circulación restringida de la información (Goffman, 1961), no se limitan únicamente al comercio o recaudación de ítems, sino que también se manifiestan en otros campos como el

⁶⁷ Véase: Goffman, E. (1961). *Internados: Ensayos sobre la situación social de los enfermos mentales*. Buenos Aires: Amorrortu editores.

sistema de logros, trucos, experiencia o habilidades⁶⁸ (qué lugares son los más propicios para obtener experiencia rápida, qué estrategias de combate son las más potentes, qué conjunto de habilidades dotan al personaje de mayor potencia...). De este modo, pese a que las redes de secretos y actividades encubiertas operan en el nivel de lo furtivo y oculto, sus implicaciones sobre las experiencias y prácticas de juego son más que manifiestas (aunque frecuentemente no se les preste ninguna o poca atención).

⁶⁸ Los jugadores más competitivos mercantilizan la información privilegiada de Diablo, tales como: trucos, *bugs*, estrategias más eficientes, conocimiento de las mejores fuentes de información, guías, opciones especulativas...

CAPÍTULO VII:
LA CULTURA DE JUEGO EN *DIABLO III*.
AGENCIA, EMERGENCIA Y CONTENIDO
GENERADO POR EL USUARIO.

CAPÍTULO VII: LA CULTURA DE JUEGO EN *DIABLO III*¹. AGENCIA, EMERGENCIA Y CONTENIDO GENERADO POR EL USUARIO.

“La cultura humana brota del juego –como juego- y en él se desarrolla”
(Huizinga, 1938: 8).

1. Introducción

Los videojugadores llevan un tiempo considerable reivindicando su papel como agentes transformadores de la realidad (Taylor, 2006; Pearce, 2006a, 2006b). Éstos no se limitan a adoptar las normas del juego como dadas, sino que continuamente reinterpretan prácticas, objetivos y significados de maneras no siempre previstas por los diseñadores. Dentro de los márgenes de maniobra de los que disponen, los jugadores inventan, actualizan, readaptan o ignoran las prácticas y modos de juego programados. Desde boikots, *mods* o *fandom*, hasta verdaderas revueltas en servidores online, los usuarios no se resignan a actuar como meros consumidores sumisos.

A modo de introducción, lo primero que habría que reseñar es que las experiencias con el videojuego nunca son pasivas -en realidad, tal y como afirman Hjorth (2011, 2012) o Taylor (2007) la recepción de cualquier medio nunca es lo es-, sino que nuestras prácticas y experiencias con los dispositivos se inscriben en el cuerpo reconfigurando nuestra identidad a través de los procesos de subjetivación e inscripción. Por ejemplo, las distintas afectividades, identidades o culturas *gamer* que se despliegan dentro del entorno de *Diablo III* pueden

¹ Algunos fragmentos mostrados en este capítulo han sido publicados previamente por el doctorando en: 1) Puente, H., Tosca, S. (2013). The Social Dimension of Collective Storytelling in Skyrim, Proceedings of DiGRA 2013, Atlanta, Georgia Tech. 26-29 agosto 2013; 2) Puente, H., Tosca, S. (2013). Metodologías de investigación online: la productividad fan en *YouTube*, XI Congreso Español de Sociología, Universidad Complutense, Madrid, 11 de julio 2013; 3) Puente, H., Fernández, M. (2014). Nuevas formas de producción de contenido: el caso de los vídeos machinima inspirados en los videojuegos de rol, en: Sierra, J., Rodrigues, D. (2014). Contenidos digitales en la era de la sociedad conectada, Madrid: Fragua; 4) Puente, H. (2014). El poder del consumidor digital: agencia y emergencia entre videojugadores online, en: Sierra, J., Rodrigues, D. (2014). Contenidos digitales en la era de la sociedad conectada, Madrid: Fragua.

producir un sentimiento de pertenencia o identificación común con una serie de idearios, prácticas o espacios sociales determinados que rearticulan y configuran una subjetividad particular.

En el presente epígrafe se exponen las formas de poder y agencia de los jugadores online a través de las expresiones de producción emergentes. Asimismo, se analizarán los procesos por los cuales los jugadores subvierten las estructuras prediseñadas del juego y generan nuevos entramados de prácticas de consumo digital, producción de contenido y culturas participativas (Jenkins, 1992, 2009).

2. Agencia del jugador

Pese a que las experiencias con el videojuego son significativamente activas y suelen requerir un alto grado de compromiso e implicación, sorprendentemente el consumo de videojuegos es aún percibido como una actividad irreflexiva, banal o de consumo pasivo (Dorman, 1997; McVeigh, 2001; Rodríguez, 2002; Stallabras, 2003). A diferencia de esto, las prácticas lúdicas no son neutras, sino que las diferentes experiencias y disciplinamientos que ocurren en la actividad del juego graban e inscriben una fuerte impronta que reconfigura y reelabora nuestra subjetividad e identidad, es decir, nuestro propio yo, a través de experiencias, recuerdos, afectos, fobias... De este modo, los videojugadores no sólo cumplen un papel relegado a la mera interpretación de significados en función de un juego cerrado, sino que, tal y como afirma Wirman (2009), son co-productores de las transformaciones sociales que emanan de él. Cada jugador es un co-autor, un agente mediador que reconfigura continuamente el juego contribuyendo a la transformación de la realidad social, así como de su propia subjetividad. En línea con Aarseth (1997), los jugadores no cumplen una simple función interpretativa, sino también configurativa; pues por el mero hecho de jugar construyen y recrean la realidad social lúdica mientras no se limitan únicamente a una interpretación de ésta. Dover y Kennedy (2006) van un paso más allá y llegan a afirmar que el juego sólo existe cuando se juega.

La agencia de los jugadores en los dispositivos lúdicos ha sido abordada por una gran multitud de académicos pertenecientes al área de los *games studies*. Desde el ámbito más sociológico (jugadores, culturas y contextos de juego) destacan los trabajos de T.L. Taylor (2003, 2006, 2008a, 2008b, 2012), Mäyrä² (2005, 2009) o Pearce (2006a, 2006b, 2009). Así mismo, contribuciones desde el ámbito de la filosofía³, como las de Sicart⁴ (2009a, 2009b), desde el campo del diseño de videojuegos, véase Frasca (2001, 2003), o desde los estudios narrativos (Klastrup, 2004). Pero más allá de considerar la existencia de agencias en sí mismas, otro grupo de investigadores ha incorporado las tesis de la agencia compartida desde el ámbito de las ciencias sociales. Autores como Hjorth (2011, 2012⁵), quien habla del *mutual shaping of agency* en los videojuegos, o los españoles Puente y Tosca (2013a, 2013b) o Puente y Fernández (2013), quienes todavía van más allá al entender la agencia desde una óptica de complejas redes de actuación en el *software* de entretenimiento.

Hasta ahora he analizado diferentes formas y expresiones de la agencia compartida de los jugadores (estilos de juego, personalización y/o customización, organización y gestión de recursos e ítems, estrategias de juego...), sin embargo, es el momento de centrarme más explícitamente en las estrategias de resistencia que utilizan los jugadores para oponerse a las decisiones unilaterales tomadas por las productoras (*top-down*) y, asimismo, en la consciencia que tienen éstos con respecto a sus potencialidades de acción en la creación –y recreación– del espacio social de juego.

“Los juegos se suelen considerar comúnmente como sistemas cerrados de juego en el que unas reglas formales permiten a los jugadores operar dentro de un "círculo mágico", fuera de las preocupaciones de la vida

² Véase: Ermi, L., Mäyrä, F. (2005). Fundamental Components of the Gameplay Experience: Analysing Immersion, Tampere, Universidad de Tampere [online], http://www.uta.fi/~tlilma/gameplay_experience.pdf [21/01/2012].

³ Aproximaciones ontológicas al videojuego.

⁴ Miguel Sicart traduce *agency* (agencia) como “agentividad”.

⁵ En colaboración con Arnol, M. Hjorth, L., Arnold, M (2012) ‘Playing at Being Social: A Cross-Generational Case Study of Social Gaming in Shanghai, China’, in N. Huntemann and B. Aslinger’s (eds) *Global Gaming*, New York: Palgrave. pp. 101-117.

cotidiana y el mundo (Huizinga, 1955). Esta retórica a menudo evoca un sentido en el que el jugador da un paso a través de un espejo y se introduce en un espacio de juego puro. Desde Monopoly a Final Fantasy, los juegos comerciales en particular, son a menudo percibidos como estructuras concebidas por un diseñador y posteriormente utilizados por los jugadores en conformidad con las normas y directrices dadas. Los jugadores, sin embargo, tienen una historia de "presionar" en contra de estos límites, ya sea a través de procesos de retroalimentación que cambian el juego a través el tiempo o, como Mizuko Ito sugiere, a través de su compromiso con los juegos dentro de un conjunto extendido de prácticas de medios asociadas y de identidades sociales [...]. Podemos ver todo tipo de jugadores -multiusuario, shooter en primera persona, consola, simulación, clásico- presionando y ajustando las estructuras de juego que se encuentran" (Taylor, 2007: 113)⁶.

Tal y como afirma Taylor, *los jugadores no se limitan a adoptar las normas del juego como dadas, sino que crean regularmente sus propios caminos de consecución de logros (2007, 113)*. Asimismo, los jugadores reinterpretan y crean nuevos marcos de juego (Goffman, 1974) de maneras, como veremos, no siempre previstas por los diseñadores. En definitiva, los jugadores expresan sus agencias de múltiples formas y se resisten a la merma de sus potencialidades de acción y mediación. A continuación, se muestran algunos ejemplos de resistencia y empoderamiento extraídos de las entrevistas en profundidad.

"Pues yo sé de gente que la verdad no ha utilizado la subasta en todo el

⁶ Traducción propia del original en inglés: "Games are typically thought of as closed systems of play in which formal rules allow players to operate within a "magic circle" outside the cares of everyday life and the world (Huizinga, 1955). This rhetoric often evokes a sense that the player steps through a kind of looking glass and enters a pure game space. From Monopoly to Final Fantasy, commercial games in particular are often seen as structures conceived by a designer and then used by players in accordance with given rules and guidelines. Players, however, have a history of pushing against these boundaries, whether through feedback processes that change the game over time or, as Mizuko Ito (Chapter 6, this volume) suggests, via their engagement with games within an extended set of linked media practices and social identities [...]. We can see all kinds of players—multiuser, first-person shooter, console, simulation, classic— pushing back at and tweaking the structures of play they encounter" (Taylor, 2007: 113).

juego. Solamente con lo que les ha ido cayendo o han ido comerciando con otros jugadores o por otros sitios. Y realmente se han negado a la subasta porque tienen idealizado quizás el Diablo II y se niegan, reniegan de esto que les ha impuesto Blizzard, y no sé, me parece que cada uno utiliza lo que quiere utilizar, juega de la forma que quiere jugar, y dentro de los límites que te imponen pues hace una cosa u otra” (Entrevista n°: 2. Hombre, 24 años, Leganés).

En ésta primera cita el jugador reconoce la existencia de una agencia compartida que se encuentra mediada y limitada por otras agencias humanas y tecnológicas (más conocidas en el campo de los *game studies* como *affordances*⁷). Sin embargo, tal y como se muestra a continuación, es frecuente que los jugadores reclamen cambios por parte de la compañía y requieran que ésta esté atenta al devenir, transcurso y desarrollo del propio juego. Los jugadores comienzan incluso a percibir a la comunidad como un agente fundamental que llega, en muchas ocasiones, a rebasar y primar sobre las agencias de la propia corporación en una relación interdependiente manifiestamente asimétrica.

“Sí, esto es como la oferta y la demanda, la gente usa pues lo que se demanda. Si hay ciertos personajes o ciertos objetos que no se usan pues lo normal es que el juego lo que haga es que estimule a la gente para que se use todo. Porque lo bueno de un juego es que se pueda usar todo el contenido del mismo. No limitarlo a usar el personaje, por así decirlo preeminente, que sea más fuerte en ese momento y todos con el mismo personaje. Lo suyo es que Blizzard en este caso tome medidas para cada uno, darle los extras que necesiten para que sean competitivos y así poder tener una variedad. No limitarte a uno o dos personajes, y a una o dos builds, y a una o dos objetos, como todos a armas manos...O lo que sea, lo suyo es que si está muy alto la gente que utiliza las armas a dos manos pues que den un empujoncito a las armas a una mano variedad, que las

⁷ El concepto *affordance* haría referencia a las posibilidades de interacción con un objeto, es decir, qué cualidades o atributos percibe un sujeto como susceptibles de interacción. Dichos atributos condiciona a su vez los modos de uso.

mejoren para que haya variedad. Eso es lo bonito del juego” (Entrevista n°: 1. Hombre, 31 años, Madrid).

“Sí que le he dedicado tiempo, no una barbaridad, pero algo de tiempo sí, en mantenerme informado. Porque realmente el 70% de las veces, aproximadamente, lo que dice la gente es casi más importante que lo que dice la propia compañía, y casi siempre suele ser incluso hasta más creíble. Y entonces sí, le he dedicado, no mucho, pero sí le he dedicado tiempo” (Entrevista n°: 8. Hombre, 26 años, Leganés).

“Bueno, el César es César si Roma lo aprueba, si no, no es César. Un juego tú te lo compras y te gastas el dinero, y el dinero va para la compañía, es evidente pero si la gente deja de jugar a un juego ese juego va al traste. Aquí los que mandan son la comunidad, que son los que juegan. Es así de sencillo. Si tú necesitas algo, no te digo que te lo hagan todo, ni que te lo digan todo, ni que te lo pongan todo, pero si estás viendo fallos en el juego que la comunidad está pidiendo a gritos, pues tú al final tienes que hacer eso porque la comunidad es la que te va a dar de comer” (Entrevista n°: 8. Hombre, 26 años, Leganés).

De esta manera, la compañía no es en absoluto ajena a las demandas de los videojugadores, ya que las quejas y reclamos de la comunidad (a las que el siguiente entrevistado se refiere como “llantos”) logran condicionar la política de juego en un claro ejemplo de entrelazamiento de redes de prácticas y actividades compartidas.

“Sí, han tenido, han tenido. Porque yo me acuerdo que al principio del juego era muy, muy, muy difícil. Pero es que ahora ha llegado a pasar de tantas quejas, y llantos les llamo yo, ha pasado a ser un juego muy fácil y muy simplón. O sea, al final conseguías avanzar muy fácilmente, lo que antes tardabas un mes a lo mejor en llegar, pues ahora mismo puedes...en tres días llegas. Lo cual se ha convertido en un juego muy fácil, yo creo” (Entrevista n°: 10. Hombre, 25 años, Madrid).

Las comunidades de jugadores, a día de hoy, aún sigue reivindicando su papel de actores dentro de la compleja red del juego y siguen innovando y desarrollando estrategias de resistencia como las mencionadas (escapando al control de la industria). Todo parece indicar que el modelo clásico de poder y control, estratificado y vertical (Foucault, 1978), se dirige hacia una creciente democratización y horizontalidad (tendiendo progresivamente a las lógicas *bottom-up*), pero ni mucho menos aún equilibrado o igualitario (las dinámicas *top-down* y *bottom-up* conviven imbricadas).

“Pues...a ver... la comunidad de jugadores ya no se deja pisotear como hace años ¿no?, que tragabas y tragabas. Ahora sabemos que tenemos poder y que si ponen tontos pues nos piramos a otro sitio y listo ¿no? Vamos, yo creo que en muchos aspectos la comunidad es la que lleva las riendas del juego, y esto se ve en Diablo, que Blizzard va un poco a rebufo de los jugadores, de lo que quieren y piden” (Entrevista n°: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

Además de la agencia compartida de los jugadores, no podemos obviar que existen multiplicidad de actantes mediando en las complejas, diversas y competidas redes de actuación. Desde los distintos dispositivos tecnológicos pasando por los diseñadores, desarrolladores, comercializadores, publicistas, organizaciones reguladoras, programadores, distribuidores, plataformas o fans, todos ellos, y probablemente muchos más, contribuyen a conformar la profusa red de actividades, prácticas y roles (Goffman, 1959; Garfinkel, 1968a) que configuran la realidad social de *Diablo*, y más extensamente, del juego. Por último, a modo de cierre, tal y como afirma Lasén:

“en esa agencia compartida de la que hablábamos no todo está decidido cuando un producto está diseñado o comercializado, los usuarios también dentro de ese margen de movimiento que tienen pueden actualizar ciertas prácticas, inventarse otras o dejar de hacer algunas de ellas” (2014b).

3. Emergencia cultural

“La cultura emergente en los juegos y en los mundos virtuales surge de una compleja interacción entre los jugadores y las potencialidades del espacio de juego donde ellos habitan” (Pearce, 2009: 24).

Los jugadores tienen una historia interesante de reivindicar su papel como agentes transformadores de la realidad, pues continuamente reinterpretan prácticas, objetivos y significados de maneras no siempre previstas por los diseñadores. Frente a los deseos e intenciones de la industria del software lúdico (Taylor, 2007), los jugadores se resisten a ser considerados como meros receptores de dispositivos de entretenimiento. Dentro de los márgenes de maniobra de los que disponen, los jugadores inventan, readaptan o ignoran las prácticas y modos de juego previamente diseñados.

Para Pearce (2009) la concepción de los videojuegos como complejos sistemas con propiedades emergentes ha calado transversalmente en el discurso de los diferentes académicos interesados en el análisis del juego, e incluso también entre los propios diseñadores. Podemos encontrar numerosas referencias a la emergencia entre los teóricos del diseño del juego (Juul 2002, Salen y Zimmerman, 2004, Sweetser, 2007; Taylor, 2008b). ¿Pero qué entendemos exactamente por emergencia? Pese a que aún no existe una definición claramente consolidada, muy en línea con Bar-Yam (1997), Pearce define la emergencia como:

“Complejos, y a menudo descentralizados sistemas auto-organizados de tal manera que no se pueden predecir por sus estructuras subyacentes o conjuntos de reglas, ni por el comportamiento individual de los agentes que se encuentran dentro del sistema” (2009: 42)⁸.

⁸ Traducción propia de: “complex, often decentralized systems self-organize in ways that cannot be predicted by their underlying structures or rule sets, nor by the individual behaviour of agents within the system” (2009, 42).

Dicha definición ha de ser completada con una aportación fundamental de Johnson (2001), quien introduce la idea de que la emergencia siempre surge desde abajo hacia arriba, es decir, que emana desde los jugadores y/o comunidad: *“They are bottom-up systems, not top-down [...] The movement from low-level rules to higher-level sophistication is what we call emergence”* (2001: 18). Johnson (2001), consideraría que son ejemplos de emergencia; un cerebro, una ciudad, un hormiguero o, por supuesto, un videojuego. Pearce, por su parte, afirma que estos diferentes ejemplos *“tienen en común una exhibición de conductas colectivas e incluso inteligencias colectivas⁹ que surgen, y que trascienden las acciones de las partes o elementos individuales”¹⁰* (2009: 49).

De este modo, a lo largo de la tesis, los procesos de emergencia cultural¹¹ en videojuegos (Pearce, 2009; Juul 2002, Salen y Zimmerman 2004) pueden ser entendidos como aquellos comportamientos no previstos, o ajenos al cometido con el que el juego ha sido diseñado, que surgen desde la propia comunidad de jugadores (*bottom-up*) y que generan nuevas formas de práctica, experiencia y consumo en la compleja red de actividades, mediaciones, co-presencias y agencias compartidas.

Pese a todo, aún persiste un intenso debate acerca de qué es la emergencia y cómo se puede distinguir ésta de otros fenómenos no esperables (o programables) acaecidos. Es, por tanto, relativamente complejo establecer las fronteras entre la emergencia cultural y otros tipos de procesos surgidos que no pueden ser programados (y por ende, inesperados). En cualquier caso, consiste en un debate ontológico que escapa al objetivo original de la tesis, pero, pese a todo, es importante reconocer las limitaciones y desasosiegos que surgen a lo

⁹ Véase: Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York and London, New York University Press.

¹⁰ Traducción propia del original en inglés: *“have in common a display of collective behaviors and even collective intelligences that arise out, and yet, transcend the actions of, the individual parts or elements”* (Pearce, 2009: 49).

¹¹ Dada la complejidad de las definiciones existentes, se ha considerado muy oportuno tratar de clarificar el concepto de emergencia mediante la redacción y acuñamiento de una definición propia más clara y simple.

largo del proceso de investigación y que abren la puerta a ser explorados en futuros debates y líneas de investigación.

Las culturas emergentes han existido en los espacios de juego en red desde el comienzo (Pearce, 2009). Un ejemplo interesante de hasta dónde llega el potencial de agencia y emergencia de los jugadores se puede encontrar en el afamado, juego de rol online masivo, *World of Warcraft*. En dicho juego, un grupo de jugadores insatisfechos por las medidas adoptadas por la productora (*Blizzard*) decidieron movilizarse para colapsar el servidor del juego a modo de protesta. Los guerreros del servidor, indignados porque habían empeorado sus estadísticas de combate, organizaron a través de canales externos un acto-protesta¹² concentrándose en masa en una de las ciudades virtuales del juego (conocida como *Forjaz*). Célebre ejemplo de maniobra emergente, demandando nuevos cambios en el software que restablecieran la situación precedente, en el proceso subversivo, los jugadores lograron inhabilitar el servidor temporalmente (pues éste no estaba capacitado para asimilar una cantidad tan numerosa de jugadores localizados simultáneamente en el mismo emplazamiento). Es muy interesante la respuesta que dio *Blizzard* a esta estrategia de resistencia activa, y que Pearce describe de la siguiente forma: “*game operator Blizzard, in the typically top-down approach of corporations, squelched any further uprisings by banning players found to be involved in or planning in-world protest*”. (2009: 40). Como se observa, *Blizzard*, en un acto típicamente despótico, decidió “banear” a los jugadores implicados, dando muerte virtual a los avatares. Este ejemplo refleja a la perfección la capacidad de agencia que detentan los jugadores (y su progresiva toma de consciencia) llegando incluso a enfrentarse a la “todopoderosa” compañía internacional. Afortunadamente existen numerosos ejemplos en los que las demandas de la comunidad sí fueron escuchadas y satisfechas. La decisión autoritaria adoptada por *Blizzard*, empezó a dejar de ser tan frecuente entre las compañías de la industria al encontrarse evidencias claras de las consecuencias catastróficas que podía llegar a tener para las desarrolladoras enfrentarse a su “población”. Este tipo de resistencias

¹² Información disponible en: <http://www.joystiq.com/2005/02/01/world-of-warcraft-causes-riots-in-the-streets/>

emergentes, si bien aparentemente fallidas, fueron calando e inscribiéndose en la consciencia colectiva de los jugadores, quienes progresivamente, como veremos, obligarán a las compañías a ser mucho más receptivas.

Figura. 8.1. Imagen de la ciudad de Forjaz durante la concentración masiva de guerreros en World Of Warcraft.



Fuente: <http://www.joystiq.com/2005/02/01/world-of-warcraft-causes-riots-in-the-streets/>

Por otro lado, es importante clarificar que los procesos de emergencia cultural no se refieren únicamente a los nuevos usos o alternativos de lo existente, sino que también consideraríamos emergencia a los no-usos de lo previamente diseñado o planificado. ¿Pero a qué nos referimos con no-usos? *Diablo II* nos brinda un ejemplo excelente. Frente al sistema convencional de comercio diseñado en el juego (a través de moneda de oro virtual) los jugadores decidieron no otorgar valor a la divisa “oficial” establecida y utilizaron como valor o divisa de cambio para el comercio un objeto disponible juego (concretamente un tipo de anillo, conocido como *soj*¹³ o anillo de Jordan). De esta manera, el valor de los objetos y mercancías se medía en anillos *soj* (por ejemplo, una ballesta podía tener un valor de dos *soj*). Por tanto, la emergencia no solo consistiría en buscar nuevas formas de utilizar algo, sino también el hecho de decidir no usar lo previamente diseñado, emergiendo nuevas formas alternativas. En las siguientes

¹³ *Soj*: Siglas de The Stone of Jordan Ring.

citas se ofrecen una serie de ejemplos de no-usos que cambiaron la concepción del espacio de juego, las expectativas e incluso la propia subjetividad de los jugadores (inscripción). Concretamente, empezaremos por los relativos a la prohibición o boicot (no uso) de la casa de subastas.

“Pues cuando inicié el juego sí que era un poco reticente a utilizar una casa de subastas que nos habían impuesto. Yo jugué Diablo II bastante tiempo, y estaba acostumbrado, y tenía pensado seguir utilizando el sistema de determinadas partidas en las que se reunían distintos jugadores, buscaban unos objetos, lo que era el comercio básicamente puro y duro. [...] y la verdad es que ahora con la casa de subastas parecía que todo esto iba a desaparecer. Y que realmente el comercio de objetos se iba a basar solo en utilizar la subasta, y al principio me negué a utilizarla, me negué a utilizarla, los primeros meses no la utilizaba, solo con los objetos que intercambiaba con gente que conocía, con amigos o con los propios que me iban saliendo en el propio juego” (Entrevista nº: 2. Hombre, 24 años, Leganés).

“Pues mira, nosotros ahora, bueno, hace poco, nos hemos hecho un grupito con nuevos personajes ¿no?, y tenemos prohibido utilizar la casa de subastas. No podemos utilizarla, no...bueno, salvo para comprar las gemas, pero esto es lo único en lo que está permitido. Hemos decidido incorporar varias normas, y una de ellas sería ésta ¿no?, no usar la casa de subastas nunca, para depender exclusivamente de nosotros mismos y tener más emoción. Así que solo podemos utilizar objetos que nos caigan a nosotros, quiero decir, que si por ejemplo le cae el objeto a otro del grupo te lo puede dar a ti si no le sirve, pero únicamente objetos conseguidos por alguno de nosotros. Y sí, la verdad es que tiene más gracia, y es como que no sé, como que el juego se vuelve más especial, más tuyo, lo adaptas a ti. Aunque a veces sí que eres consciente de que es mucho más difícil, sobre todo que te estancas más, sí, te estancas y como que te cuesta más avanzar” (Entrevista nº: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

Capítulo 7. La cultura de juego en *Diablo III*. Agencia, emergencia y contenido generado por el usuario.

“Yo la verdad es que la subasta de dinero real no la he utilizado, prefiero que me sea más complicado el juego e intentar conseguir las cosas por mí mismo, antes que pagar por ser mejor en un juego que lo que quiero es divertirme en él. Realmente yo solo quiero pagar por lo que es el juego, la caja con el cd y lo demás y luego no pagar por objetos y demás”. (Entrevista n°: 2. Hombre, 24 años, Leganés).

“Y bueno además así, aparte de ser más emocionante e interesante Diablo pues logramos nivelar más [...]...o sea, si yo por ejemplo que no tengo tanto tiempo libre como algunos de mis amigos o mi chico ¿no? y no le puedo dedicar tanto tiempo, pues ellos tenían mucho más oro, acumulaban mucho más oro y claro, pues se compraban objetos a los que yo no podía acceder...y ahora, es como que es más equitativo para todos...” (Entrevista n°: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

Figura. 8.2. Imagen de transacción económica en la casa de subastas en *Diablo III* (moneda propia de *Diablo III*).



Fuente: propia. Captura de pantalla.

Figura 8.3. Anuncio oficial de *Blizzard* en el que se advierte a los jugadores de la retirada definitiva de la casa de subastas el 18 de marzo de 2014 con motivo del lanzamiento de la nueva expansión, *Reaper of Souls*.



Fuente: propia. Captura de pantalla.

De especial interés es la cita en la que se hace una referencia explícita a la incorporación de nuevas reglas informales (*bottom-up*) por parte de los jugadores. Éste sería un ejemplo manifiesto del poder creativo y emergente de la comunidad de usuarios: “*hemos decidido incorporar varias normas, y una de ellas sería ésta ¿no?, no usar la casa de subastas nunca, para depender exclusivamente de nosotros mismos y tener más emoción*” (Entrevista nº: 7. Mujer, 20 años, Toledo). Los jugadores mediante actos emergentes transforman la experiencia, subjetividad y la cultura de juego. Las redes de actividades y mediaciones compartidas reconfiguran la realidad social lúdica y de hecho, tal y como se observa en la figura número 8.3¹⁴, las pautas emergentes de acción, como la ingente cantidad de protestas o los boicots llevados a cabo por los jugadores, logran transformar el diseño mismo del juego en un claro ejemplo de agencia compartida. La productora *Blizzard* acepta modificar el diseño preestablecido y retirar la casa de subastas en marzo 2014, en consonancia con las demandas y actos emergentes acaecidos.

¹⁴ En dicha figura se anuncia la retirada de la casa de subastas de una manera definitiva derivada del descontento generalizado ocasionado entre los jugadores. Sus acciones de boicot y presión resultaron exitosas.

Asimismo, disponemos otros ejemplos de no-usos como los referentes a la prohibición emergente de utilización de un personaje concreto (guerrero) o ítem determinado (escudo).

“Pues...mmm...no sé, bueno, por ejemplo hemos prohibido elegir en el nuevo grupo al bárbaro, porque ya sabes que es mucho más potente que el resto ¿no?, y no sé...no nos gustaba la idea...queríamos explotar más al resto de personajes...pues... a ver...sobre todo al médico brujo o al monje, que es como que están más olvidados y equilibrar más todo ¿no?...o sea, que nadie fuera bárbaro para no destacar. Y bueno...aparte pues decidimos repartirnos a los personajes, que más o menos hubiera el mismo número de todos los personajes seleccionables para hacerlo más entretenido y para que a la hora de repartir los objetos fuera más igualitario ¿no?...es decir...que cuando cayeran los objetos para una clase determinada, pues más o menos hubiera el mismo número de posibles personajes a los que les pudiera valer...o sea, porque si por ejemplo hay muchas magas y un solo monje, pues los objetos que fueran saliendo para el monje siempre serían para el mismo dueño, pero para los objetos de mago habría varios posibles dueños...y no, esa no era la idea en absoluto...¿y no sé si me he explicado bien?...” (Entrevista n^o: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

“Bueno...también hay que destacar que el problema que en el Diablo al principio sí se usaban mucho los escudos, sobre todo los bárbaros, porque era imposible poder pasar de acto prácticamente debido a la dificultad. Luego bajaron mucho la dificultad, y los escudos fueron prácticamente fueron inservibles, nadie, nadie usó escudos. Entonces yo creo que todo juego necesita de personajes que usen todos los objetos, cuando hay objetos que no se usan yo creo es un fallo grave del juego” (Entrevista n^o: 1. Hombre, 31 años, Madrid).

“El tema de los escudos actualmente tampoco se usan. Veremos en la expansión cuando salga, que como sale un personaje que lleva escudo,

veremos si le empiezan a sacar utilidad o las cosas que implementen nuevas. Pero vamos, actualmente por ejemplo el escudo no usa. Hay objetos que directamente ni coges” (Entrevista n^o: 2. Hombre, 24 años, Leganés).

Una de las consecuencias derivadas del rechazo a la utilización de los escudos por parte de la comunidad ha sido que la desarrolladora (*Blizzard*) prepare para su nueva expansión¹⁵ un personaje seleccionable que pueda portar un arma a dos manos a la vez que tiene equipado un escudo, haciendo de este modo mucho más atractivo el empleo y utilización de este tipo de objeto (agencia compartida).

En cuanto a prácticas y fenómenos emergentes, es preciso reseñar que dichas estructuras, sistemas y redes de actividades se ven muy claramente influidos por inercias basadas en experiencias previas en otros juegos. Las actividades y prácticas se imbrican con juegos pasados¹⁶, con experiencias que han ido configurando los procesos de subjetivación de los jugadores y jugadoras. En *Diablo III* son continuas las referencias a estrategias, actividades y fenómenos importados de otros títulos. Desde el *farmeo*, la compra-venta de personajes (y cuentas de juego), el alquiler de ayuda (por parte de jugadores experimentados) o la búsqueda de canales alternativos para comerciar (evitando de este modo el pago de impuestos a la desarrolladora) las prácticas emergentes se entrelazan con realidades lúdicas más complejas y presentes en otros videojuegos del mismo género.

“Al principio cuando la dificultad era más elevada, y se necesitaban objetos y demás, pues había gente, [...] que tenían ya, pues...tenían un nivel muy alto y lo que hacían era que pues determinado nivel te lo

¹⁵ Expansión de *Diablo III*: Reaper of Souls. Información disponible en: <https://eu.battle.net/d3/es/reaper-of-souls/>

¹⁶ Las referencias a las experiencias previas en otros juegos son continuas entre los jugadores de *Diablo*. Especialmente las relativas a títulos pasados de la saga (como *Diablo I* o *Diablo II*) u otros juegos populares de rol Como World of Warcraft. Ej: “Así que bueno en cuanto salió el *Diablo* pues la verdad es que como cuadró con el final de la anterior expansión del WoW, en la cual mi *guild* ya habíamos cumplido más o menos todos nuestros objetivos pues me puse así bastante en serio a jugar a *Diablo III*” (Entrevista n^o: 4. Hombre, Vigo).

dejaban prácticamente vacío en cuanto a enemigos, solo dejaban los élites a muy poca vida, para que luego un número de jugadores, pues a lo mejor, claro tendrían que ser 3 para que les rentara el asunto en cuestión, 3 jugadores, los que fueran, que previamente habían acordado con el jugador, en este caso de más alto nivel, un pacto, ya sea pagando una cuota en oro, les mataba estos enemigos y los objetos que caían, que al ser de determinada dificultad pues eran objetos que podían ser buenos, por un determinado pago, pues realmente...pues de manera muy fácil les podría caer un objeto que de otra manera no conseguirían". (Entrevista n°: 2. Hombre, 24 años, Leganés).

"Mmmm...pues a ver, yo nunca las he utilizado...pero sí que mi chico o sus amigos lo han comentado alguna vez de gente que compra cuentas o objetos a través de foros o comunidades online...y no sé..." (Entrevista n°: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

"También hay foros, hay foros en los que se da la compra-venta de objetos para evitar este 15% que se lleva Blizzard en cada transacción. Y en dichos foros está organizada como una forma de comercio, organizado en hilos, se venden tales objetos para tales personajes y demás. También se venden incluso, yo he visto por eBay y demás sitios, también objetos de Diablo III". (Entrevista n°: 1. Hombre, 31 años, Madrid).

Como se observa en esta última cita, los jugadores tratan de subvertir el sistema de pagos, evitando los impuestos cobrados por *Blizzard*, un 15% del valor total de la transacción, recurriendo a canales emergentes de comercio alternativo mucho más atractivos, donde tan sólo tienen que pagar una pequeña cuantía muy inferior a la estipulada por los canales oficiales; como pueden ser foros, célebres portales de compraventa (como *eBay*¹⁷), o comunidades privadas especializadas en la venta de recursos virtuales de *Diablo III* (véase Zamgold¹⁸, D3malls¹⁹ o

¹⁷ Disponible en: <http://www.ebay.es/>

¹⁸ Disponible en: <http://www.zamgold.com/>

¹⁹ Disponible en: www.d3malls.com

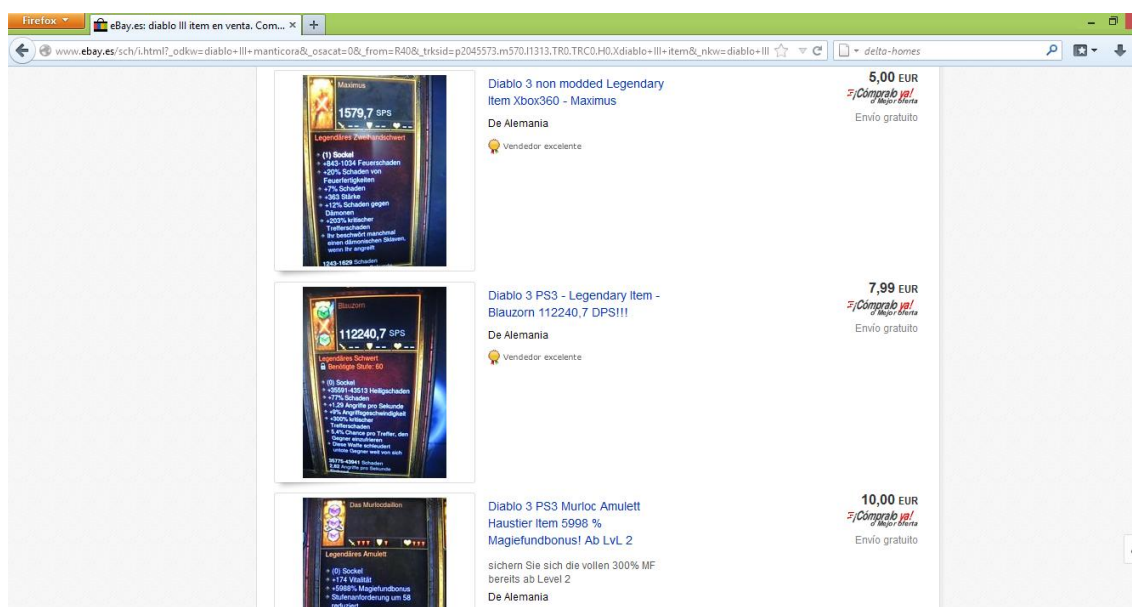
Capítulo 7. La cultura de juego en *Diablo III*. Agencia, emergencia y contenido generado por el usuario.

Diablo3star²⁰). Sin embargo como ponen de manifiesto Dibell (2006) o Pearce (2009), este tipo de fenómenos no son exclusivos de *Diablo*, sino que también están presentes en otros juegos de rol online como así se muestra en la siguiente cita:

*“con el apoyo de una red extravirtual con un sistema de retroalimentación altamente desarrollado, en el sitio de subastas eBay, fueron capaces de generar emergentemente toda una economía de mundo-real en torno al comercio de personajes virtuales, materias primas, y divisas”*²¹ (Pearce, 2009: 39).

A continuación se ofrece una imagen que ilustra gráficamente el fenómeno mencionado, esto es, la compra-venta de objetos virtuales de *Diablo III* en el popular portal de subastas *eBay*.

Figura 8.4. Compra-venta de objetos virtuales de *Diablo III* en el portal *eBay*.



Fuente: propia. Captura de pantalla

²⁰ Disponible en: www.diablo3star.com

²¹ Traducción propia de: *“Supported by an extravirtual network with a highly developed feedback system, the eBay auction site, they were able to emergently spawn an entire real-world economy around the trade of virtual characters, commodities, and currency”* (Pearce, 2009: 39).

Uno de los fenómenos más interesantes hallados durante el trabajo de campo es la configuración emergente de redes de solidaridad entre los jugadores. Pese a que el juego en origen está diseñado para que los objetos sean para el disfrute único del jugador que los obtiene, ya sea bien utilizándolos o bien vendiéndolos en la casa de subastas para conseguir recursos, los procesos emergentes modifican la experiencia de juego previamente diseñada (*gameplay*) emergiendo redes de solidaridad e intercambio simbólico (Mauss, 2009).

“Todos colaboramos mucho y nos ayudamos y tal..., no sé. Si por ejemplo, a uno le sale una espada muy buena, pero no le vale porque no es compatible con su personaje, pues la da, sí, la da...se la regala a alguien del grupo al que le sirva...es decir, que no la vende en subasta...de hecho, ahora por ejemplo nos hemos prohibido usar la subasta...” (Entrevista n^o: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

“Sí en este la única cosa que usábamos nosotros era por ejemplo que si éramos diferentes clases y alguien le caía un objeto, y veíamos que podía mejorar a alguien, nos lo regalábamos entre nosotros. Sabías que aunque lo dices hoy mañana a lo mejor te podía tocar a ti otra cosa y te la daban. Y el tema de los jugadores es que como el juego es tan sumamente cerrado, ¿vale? aunque te metas en partidas públicas todo el mundo va a saco. No sé es muy cerrado” (Entrevista n^o: 10. Hombre, 25 años, Madrid).

“Lo que sí hemos creado nosotros a nivel de grupo, pues nosotros como cada uno más o menos teníamos un personaje diferente, pues nosotros, pues si a mí me caía un objeto para otro personaje pues yo se lo daba a él, él me lo daba a mí, o sea, teníamos nuestras propias normas de comercio. Creábamos nuestras propias normas para así poder crecer más rápido y poder ir a llevar a sitios más superiores...” (Entrevista n^o: 1. Hombre, 31 años, Madrid).

“Bueno, ehhhh...Un objeto, simplemente un objeto que le pueda valer a cualquiera, tú se lo ofreces, sin ningún compromiso. Un día por ti, otro día por mí” (Entrevista n°:8. Hombre, 26 años, Leganés).

“Pues la verdad que cuando jugaba con amigos era un modo muy solidario, en plan de “oye, mira me ha tocado este objeto que te va a venir súper bien para tu medico brujo, aunque yo lo puedo utilizar, pero vas a ver que éste tiene más puntos de lo que sea, y que entonces...” y los compartíamos, los cambiábamos y demás, así que en ese sentido muy bien” (Entrevista n°:3. Mujer, 25 años, Madrid).

“Bueno, por ejemplo, somos bastante colaborativos, o sea, siempre pensamos en el otro, en qué personaje tiene, qué objetos le pueden interesar, nos los guardamos. Pero en vez de negociar o vendérmolos, pues simplemente de buen rollo, ¿sabes? de: “eh te guardo este objeto que te va a venir muy bien”, y a no ser que tú tengas otro personaje que le vaya a interesar más, pues se lo guardas a alguien, entonces es poca competitividad o poco intercambio de cosas en el sentido de “ah toma, me sobra esto porque ya estoy a nivel...”. Bueno, claro, tengo varios amigos que son de niveles ya muy altos, ¿no? Entonces me dan... “pues mira tengo una gema tal para que subas de experiencia más rápido y así te pones a mi nivel”, y es “ah, vale, gracias”, pero no nos pedimos nada a cambio tampoco”. (Entrevista n°: 5. Mujer, 27 años, Barcelona).

Otro ejemplo de configuración de redes y acuerdos de solidaridad se encontraría en aspectos como la distribución o el reparto de los objetos a la hora de tener que emplear recursos para realizar misiones y/o objetivos. En este caso se ha escogido la misión de las llaves del portal infernal. Para la realización de dicha misión, los jugadores tienen que recopilar una serie de objetos y llaves para poder abrir un portal que les permita enfrentarse a un par de monstruos especiales o jefes finales (*bosses*). De este modo, se podrán hacer con un botón muy preciado (un anillo legendario). Los jugadores, de una manera emergente, configuran normas y pautas de acción, dividiéndose el trabajo entre todos, e

incluso permitiendo en ocasiones, que los jugadores más débiles participen sin tener que emplear recursos, pese a que ello perjudica altamente la competitividad del equipo.

“Sí, más que reglas o normas informales yo lo llamaría un poco más acuerdos a la hora de jugar, porque por ejemplo para todo el tema de las llaves, para los portales y demás historia, pues ehh....Digamos que nos íbamos turnando a la hora de utilizarlas o en un momento dado los que más tenían más utilizaban, pues para equilibrar un poquito las cosas en cada una de las situaciones que nos hemos encontrado. Yo creo que por supuesto a la hora de jugar cada jugador o grupo de jugadores tiene que ir desarrollando pues sus propias reglas y modos de comunicación pues para que haga más llevadero el juego, más allá de las reglas oficiales de Diablo.” (Entrevista n°:6. Hombre, 30 años, Segovia).

“Un tipo de modalidad que ha salido en alguno de estos últimos parches es hacer como un tipo de misión que se lleva a cabo con unas llaves que se van consiguiendo de manera que...bueno cada uno tiene unas llaves que va consiguiendo matando a unos determinados enemigos y tienen como misión final abrir unos portales para hacer una...matar a unos enemigos específicos que te dan una serie de objetos también que solo te dan esos enemigos. Esto...para abrir dicho portal necesitas un objeto llamado máquina infernal, que cada jugador tendrá su número de máquinas infernales y que para conseguir el objeto final necesitas abrir 3 portales y luego que te salgan los objetos. Bueno, pues los jugadores lo que hacen así de manera general...te metes en una partida hay 4 jugadores normalmente, 3, 4 jugadores es los que realizan esta misión y cada...Bueno, pues como se abren 3 portales cada uno utiliza una máquina infernal, generalmente podría uno solo abrir los 3 portales, pero de manera generalizada cada uno se ocupa de abrir un portal, así se reparten las máquinas a utilizar y demás. (Entrevista n°: 2. Hombre, 24 años, Leganés).

Los ejemplos mostrados revelan como “*las prácticas participativas de jugadores extienden el espacio de juego más allá de sus confines literales*” - círculo mágico- (Taylor, 2007: 114). Mientras, esos movimientos son, a su vez, compatibles o impugnados por las empresas desarrolladoras de juegos y diseñadores. Nuevamente, los fenómenos emergentes, “chocan” de pleno con el diseño preestablecido del juego. No existe ninguna regla formal o escrita que incite o favorezca los procesos emergentes de intercambio y redes de solidaridad, sin embargo los jugadores configuran estructuras informales de intercambio simbólico que cohesionan y estructuran al grupo en su cotidianeidad (Goffman, 1972; Garfinkel, 1968a) e identidad colectiva (mediante procesos de inscripción). Este tipo de actos, a priori banales o informales, organizan y estructuran las prácticas cotidianas de juego, dotando de sentido y significado a las prácticas lúdicas, y de un modo más extenso, a la compleja realidad social. Poco a poco este tipo de agencias y actos emergentes se consolidan y pasan a ser tan importantes (o incluso más²²) que el diseño original del juego mismo. Las prácticas cotidianas emergentes, por tanto, reconstruyen la realidad social existente, y nos recuerdan, de nuevo, el poder organizador y transformador de lo cotidiano.

Desde una clara posición que reconoce la formación conjunta de la realidad por medio de agencias compartidas, Pearce (2009) nos recuerda como la cultura emergente en los videojuegos se manifiesta a través de complejas interacciones entre los jugadores y las potencialidades del espacio de juego, así como el resto de agentes implicados. Tal y como expliqué en el apartado de agencia compartida, las prácticas en red y las tecnologías no son unidireccionales, si no que existe retorno, imbricación, subversión... Son, en definitiva, prácticas reticulares. Desde boicots internos al sistema de comercio (casa de subastas) hasta configuración de redes de solidaridad entre jugadores, la explotación de la información recopilada ha permitido observar como la comunidad de jugadores detenta un gran poder de agencia compartida que se despliega en actos emergentes. Desdibujándose las relaciones clásicas de poder *top-down* (Johnson, 2001) entre diseñador-consumidor digital, los jugadores reivindican su poder de

²² Tal y como se ha presentado a través de varios ejemplos, los actos emergentes pueden condicionar y transformar el *software* del juego. Un ejemplo sería el caso de la retirada de la casa de subastas.

agencia como generadores de prácticas, contenidos y significados (Wirman, 2007; Albrechtslund, 2010). Estos son cada vez más conscientes del papel relevante y activo que juegan en el consumo de medios digitales. De esta manera, el poder del consumidor digital, se muestra mucho más complejo, activo e interconectado de lo comúnmente atribuido en la literatura científica. Es más, tal y como se ha mostrado, en muchas ocasiones el poder de agencia del jugador digital llega a rebasar a las agencias de las poderosas compañías, que se ven forzadas a reconfigurar los espacios y diseños previos del *software*. En este complejo juego de agencias las estrategias de subversión y resistencia llevadas a cabo por los consumidores reconfiguran, no sólo la experiencia, sino la propia cultura de juego en sí mismo.

4. Cultura de juego (*game culture*).

“La imagen apropiada de una comprensión común, es por tanto, más una operación producida por el solapamiento de las interacciones de un grupo”.

(Garfinkel, 1968a: 41)

A lo largo de los capítulos y epígrafes precedentes se ha mostrado como la compleja red de prácticas, mediaciones y agencias compartidas da forma a una cultura imbricada con las dinámicas socioculturales más amplias en las que se halla inserta. Hemos observado como las distintas prácticas y performatividades remedian (Bolter y Grusin, 2000), reinterpretan y subvierten las culturas de juego mientras transitan (dentro y fuera) de espacios, y escenarios paralelos, generando conjuntamente una cultura de juego superpuesta, entrelazada y co-presente. De este modo, ha quedado patente como las interpretaciones binarias o dicotómicas son improductivas en el análisis de un espacio de juego (Licoppe, 2004; Hjorth, 2014) cada vez más difuso e imbricado, que cuestiona las distinciones clásicas de espacios, escenarios y temporalidades (online/offline, aquí/allí, ahora/luego). Un ejemplo interesante de cómo se difuminan las barreras dicotómicas lo ofrece Taylor (2006), quien afirma que las convenciones

o reuniones de jugadores se encuentran en un lugar intermedio entre lo online y lo offline, ya que a éstas la gente acude con sus identidades y experiencias de juego inscritas (presentándose con sus *nicknames* en un ejemplo claro de encarnación foucaultiana), y del mismo modo, lo allí ocurrido posteriormente se reintegra en el juego una vez finalizada la convención. Asimismo parece evidente, como nos recuerda Garfinkel (y dejé patente en el capítulo II), que es preciso interpretar las prácticas y los “*escenarios culturales desde dentro de esos escenarios*” (1968a: 41).

A través de infinidad de ejemplos hemos abordado cómo se genera una cultura de juego y cómo se manifiesta a muy distintos niveles; desde la explosión de fenómenos emergentes, creación de jergas, modas, códigos simbólicos, redes de gestión de la solidaridad, altruismo y comercio, o revueltas y boicots... Todo ello configura, reinterpreta y modifica la realidad socio-lúdica de *Diablo*, conformando una cultura de juego con identidad propia dentro de la cultura más general y las complejas redes de actividades. Pero más allá de todo lo mostrado hasta ahora, la cultura de juego no se encuentra limitada o recluida dentro de unas barreras demarcadas, sino que en muchas ocasiones rebasa las fronteras del propio juego en sí, desbordando los límites del círculo mágico (Huizinga, 1954) y traspasando e inundando otros espacios, escenarios y prácticas mediadas, dotando de nuevos matices a la cultura más amplia en la que el juego se despliega. Foros, comunidades, contenido generado por el usuario, *merchandising*, vídeos, historias, quedadas... todo ello conforma la meta-cultura de juego de *Diablo*, o dicho de otro modo, la compleja realidad socio-técnica más allá de éste. La metacultura es una parte de la cultura de juego que se expresa, manifiesta y recrea más allá de los espacios del juego en sí, sin embargo, a su vez, también es parte de ésta. Así mismo, la metacultura configura las experiencias y subjetividades de los diferentes agentes implicados encarnando e inscribiendo su cuerpo mediante filias, fobias, recuerdos, afectos o identidades, y a su vez modifica y reconstruye la cultura de juego propiamente presente en los espacios de interacción online. Por ejemplo, el contenido generado por el usuario fuera del espacio juego, como las guías o tutoriales, tiene un impacto directo sobre el desarrollo de lo que ocurre dentro del videojuego. Como señala Taylor (2006), no sólo las relaciones de

primera mano que se dan dentro del juego constituyen el mundo social de éste, sino que todo el conjunto de bases de datos, comics, *fan art*, historias, e incluso las modificaciones que contribuyen a que los jugadores se sientan vinculados, son parte de este mundo social del juego. Existen cantidad de páginas y recursos que ofrecen contenido a los jugadores y que derivan en una identidad, cultura y comprensión común (Garfinkel, 1968a) de la realidad sociolúdica²³.

“Game spaces that cannot be mastered by single players. The design of the games themselves reward—and often require—sociality and reliance on others. Players often transfer this reliance outside the strict boundaries of the game (Jakobsson & Taylor, 2003). Detailed mapping sites, databases cataloguing the minutiae of the world, and walkthrough or quest guides are some of the most common interventions. Websites, message boards, and wikis dedicated to all aspects of the game spring up and give players an opportunity to share and catalogue game elements far beyond what introductory game manuals provide” (Taylor: 2007: 120).

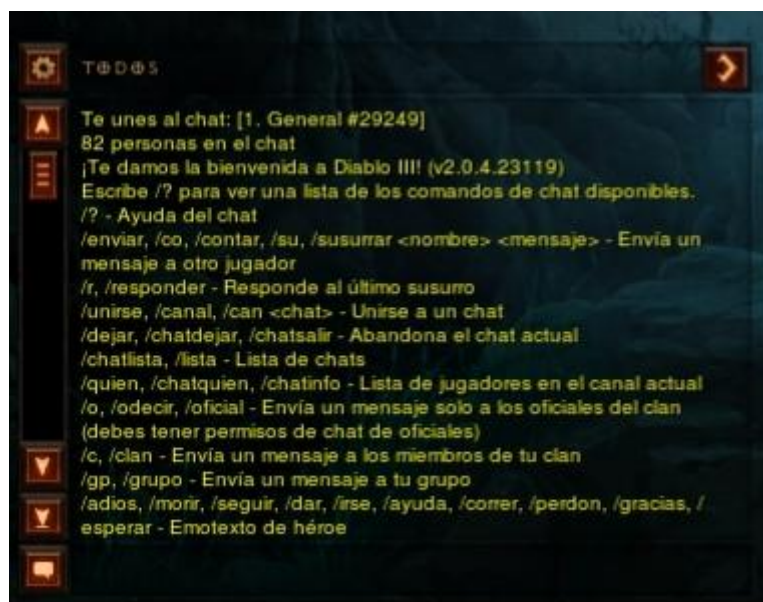
A lo largo del trabajo etnográfico de campo se observó que mientras los jugadores se congregan, van conformando subculturas centradas en un juego en concreto (en este caso *Diablo*) pero también colocan a los jugadores en una cultura más amplia. Por ejemplo, Egenfeldt-Nielsen, Smith y Tosca (2012) citan el caso de la subcultura originada en Halo (*shooter*²⁴ en primera persona) y la respectiva jerga empleada por los jugadores. Una jerga solo entendida completamente por los jugadores de ese juego, comprendida parcialmente por la de jugadores de otros *shooters* (mismo género), entendida vagamente por la de videojugadores de otros géneros y no comprendida en absoluto por la gente que no juega a videojuegos. Evidentemente el conocimiento de la jerga facilita la comunicación, pero también actúa como una herramienta de estratificación social. En línea con estos autores, Taylor (2006) también realiza un análisis de

²³ “Para la conducta de los asuntos cotidianos. Las personas dan por sentado que aquello que se dice será interpretado de acuerdo con métodos que las partes utilizan para interpretar lo dicho” (Garfinkel, 1968a: 40).

²⁴ El género de videojuegos de disparos, más conocidos como *shooter*, engloba a los videojuegos que permiten el control de un personaje que lleva equipada un arma (generalmente) de disparos.

las jergas y comandos de juego pre-diseñados en *EverQuest*. En el caso de *Diablo III* la cultura existente de juego se manifiesta, entre otros, mediante el uso de una jerga, lenguaje propio y/o comprensión común (Garfinkel, 1968a), por ejemplo en los comandos y emotextos de juego (véase figura 8.5). En *Diablo III* si escribes el comando */correr* o */ayuda* es que estás en peligro. Este tipo de comandados representan tipos de facilitadores sociales incorporados. Pero quizás lo más interesante sean las normas informales que emergen en torno al juego y emanan de la comunidad. Todo esto no aparece en ningún manual de instrucciones, pues es una construcción social en torno a la estructura formal del videojuego, sin embargo son una parte fundamental de las culturas de éstos. Por ejemplo el comando */correr* está dentro de la estructura del juego, pero gritar un código específico, negociado colectivamente, si te persiguen demonios es una norma informal emergente que conforma parte de la cultura de juego. Es muy importante por tanto analizar cómo las comunidades negocian la acción social a través de sus prácticas y actividades compartidas.

Figura 8.5. Ejemplos de comandos y emotextos incorporados en *Diablo III*.



Fuente: Propia (pantallazo trabajo etnográfico).

Tal y como señala Larissa Hjorth (2011), los videojuegos son ahora una parte integral de las culturas populares globales en las que participan todo tipo de personas. Las culturas de juego son tanto un proceso cultural como una serie de prácticas con los medios. En la actualidad asistimos a la emergencia de tecnoculturas, culturas saturadas con y por tecnologías, donde los nuevos dispositivos tecnológicos no son algo meramente funcional, sino que realmente operan tanto en el nivel simbólico como en los niveles materiales de nuestras vidas ordinarias (Latour, 1998; Goffman, 1959). Todo esto ha provocado que los juegos y las culturas que éstos generan se hayan convertido en un vehículo ideal que contribuye a comprender los *new media* más ampliamente.

Algunos ejemplos extraídos de las entrevistas en profundidad reflejan algunos aspectos referentes a la percepción que tienen los jugadores de la cultura de juego y de los fenómenos culturales más amplios desarrollados en la saga *Diablo*.

“Pues a ver, para mí personalmente Diablo es su cultura de juego. Esa cultura que explotó a raíz de Diablo II, ¿no? Y que enganchó a tanta gente con su estilo, su rollo particular y tal. Tratar de entender el juego, lo que es Diablo, sin entender su cultura es imposible. Sus jergas, sus leyes, sus gentes...más que un juego es un fenómeno. Si no entiendes por ejemplo los foros y la comunidad, no entiendes lo que es el juego, gran parte del juego” (Entrevista n°: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

“Bueno, era un juego, muy, muy esperado, por encima casi de cualquier otro. Porque es que era el Diablo, o sea, solo con decirte eso te lo digo todo. Era un juego súper esperado, nada que ver a lo que ha sido, pero claro, había que aprovechar ese boom”. (Entrevista n°:8. Hombre, 26 años, Leganés).

“Este juego empezó con mucho hype, yo creo, con demasiado, porque todo el mundo era un juego que llevaba esperando y años y años de retraso. Y cuando salió, claro todo el mundo estaba esperando...Me

acuerdo yo el día de salida del juego, abrían los servidores a las 12:00 de la noche. Había unas colas inmensas, o sea, no podías ni entrar hasta las 2, 3 horas después de que saliese el juego, no podías entrar. Pero poco a poco se ha ido derrumbando por el sistema de juego, yo creo, no sé... No ha conseguido enganchar a los jugadores como debería haberlo hecho. Por ejemplo el II, después de años y años la gente seguía jugando. En este cada vez hay muchas menos personas jugando, te aburren” (Entrevista nº: 10. Hombre, 25 años, Madrid).

“La cultura de juego hace que el juego sea como una pequeña sociedad. Me ha matado cuando no debería haberme matado. Se genera mucho el tema de lealtad confianza entre la gente que está en tu build, porque tienen determinado tipo de información, porque ante determinados ataques te tienen que cubrir las espaldas, y alguien que está fuera de estos mundos online no se lo puede imaginar. Me parece algo muy bonito, de cómo alguien muy diferente a ti y que no conoces en persona y gente muy diversa que no tiene nada que ver contigo depositas una confianza mutua en ellos y creas una cultura común” (Entrevista nº:9. Mujer, 23 años, Getafe).

“Pues el Diablo II fue un juego jugadísimo en su época, muy importante en el mundo del videojuego, y que arrastra mucha gente, arrastraba mucha gente, y toda esta gente esperaba con muchas ganas este Diablo III. Hombre, hay muchos juegos ahora muy jugados, pero éste ha sido un fenómeno, yo creo en lo que a comunidades con foros y demás se refiere; hay varias páginas con muchos usuarios registrados, muchísimos y en diferentes idiomas y demás y que es una comunidad muy activa realmente. Yo he dicho con anterioridad que utilicé el foro al principio del juego, para buscar un poquito ayuda y seguir avanzando en el mismo, y la gente responde con mucha rapidez y dedica mucho tiempo a este apartado” (Entrevista nº: 2. Hombre, 24 años, Leganés).

“Pues a mí la cultura de Diablo II la verdad que fue una época, fue un antes y un después, fue para mí de los primeros juegos de rol online masivos” (Entrevista nº: 1. Hombre, 31 años, Madrid).

“Es un juego, por supuesto, que ha dado de sí para bastante blogs, para redes sociales muy comentado y un montón de guías de paso a paso del juego”. (Entrevista nº:6. Hombre, 30 años, Segovia).

Las citas mostradas ponen de relieve una de las percepciones de Espen Aarseth (2008), que los mundos virtuales serían en cierta medida como una cáscara, una cáscara colorida pero vacua. Sin embargo, este aspecto no ha de ser percibido como algo problemático, ya que lo socio-cultural y emergente rellena ese vacío, el mundo como práctica espacial y socio-tecno-cultural. Precisamente, este vacío de los videojuegos, que a priori no son más que un esqueleto aséptico o una cáscara formada por reglas y mecánicas de juego, es lo que realmente favorece la emergencia de lo social, la emergencia de una cultura de juego y una metacultura que desborda los confines de dicha “cáscara”. Por tanto, de nuevo hablaríamos de una agencia compartida; donde lo social sin lo técnico no es concebible, ni a la inversa.

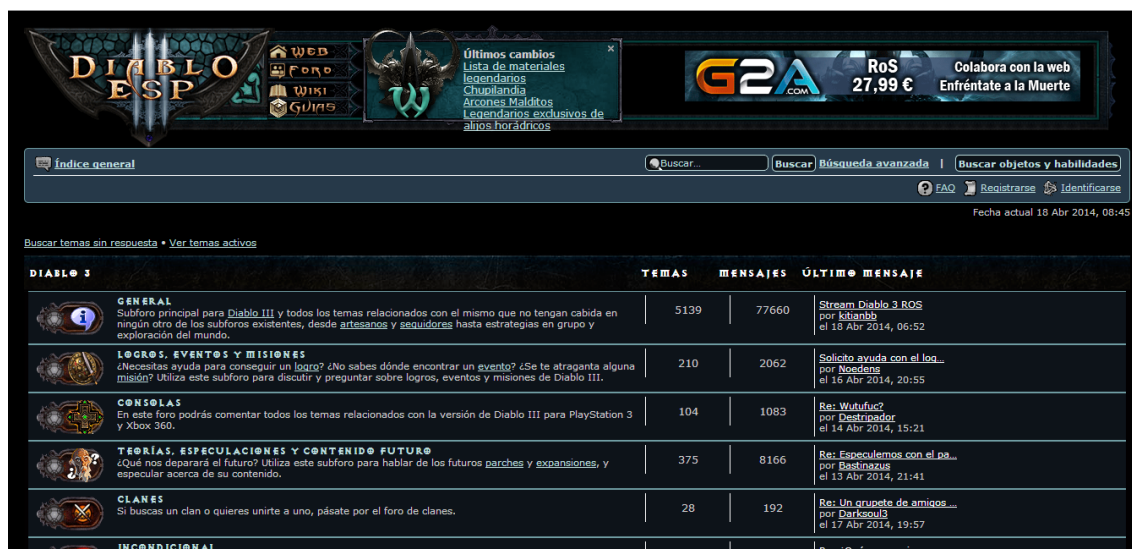
“I will argue that it is precisely this hollowness that constitutes the game’s great and multicultural success” (Aarseth, 2008: 112).

Por tanto, y a modo de conclusión, lo primero que habría que señalar es que no podemos perder de vista que los análisis sociológicos del juego tienen que ser sensibles a los escenarios y contextos socio-culturales más amplios donde éstos se desarrollan. De este modo tenemos que tener en cuenta que cultura y meta-cultura de juego son dos expresiones de una misma realidad socio-tecno-cultural que se reconstruye, expresa y transita entre multiplicidad de espacios performativos paralelos de interacción (online y offline). En definitiva, cultura y metacultura conforman la auténtica realidad interconectada del juego y ambas han de ser exploradas (Taylor, 2006; Mäyrä, 2009; Pearce, 2009; Hjorth, 2012).

Capítulo 7. La cultura de juego en *Diablo III*. Agencia, emergencia y contenido generado por el usuario.

Es el momento, por tanto, de adentrarnos más profundamente en la metacultura de juego a través del análisis del contenido generado por el usuario.

Figura 8.6. Ejemplo de foro-comunidad de *Diablo III*.



Fuente: <http://www.diablo3-esp.com/foros/>

5. Contenido generado por el usuario²⁵.

“Más que simplemente identificar la cultura emergente como una propiedad principal de la vida de los juegos online y parar ahí, es necesario un mejor conocimiento de la compleja naturaleza de la cultura producida por los jugadores y su relación con los artefactos técnicos del juego”

(Taylor, 2008: 188)

Existe una larga y fecunda tradición en el estudio de la productividad del jugador en el campo de las ciencias sociales y de los *game studies*. Inspirados por los esfuerzos pioneros de Henry Jenkins (1992) en la investigación de la

²⁵ Algunos fragmentos mostrados en este capítulo han sido publicados previamente por el doctorando en: Puente, H., Tosca, S. (2013). The Social Dimension of Collective Storytelling in Skyrim, Proceedings of DiGRA 2013, Atlanta, Georgia Tech. 26-29 agosto 2013. Y en: Puente, H., Tosca, S. (2013). Metodologías de investigación online: la productividad fan en *YouTube*, XI Congreso Español de Sociología, Universidad Complutense, Madrid, 11 de julio 2013

producción de contenido generado por la comunidad fan²⁶, muchos autores han analizado las diferentes formas en que los jugadores transforman la acción de jugar en actos de creación llenos de significado (Buckingham, Carr, Burn y Schott, 2005; Wirman, 2009). Por otro lado, otros académicos se han centrado en la generación de contenido relativo a géneros específicos, como guías y tutoriales (Consalvo, 2003), vídeos *machinima*²⁷ (Jones, 2006), *mods*²⁸ (Sotamaa, 2003) o narrativas (Albrechtslund, 2010). En general, la atención se ha centrado en la transformación de las prácticas de consumo y su desarrollo en la producción creativa (Flowers 2006, Sotamaa 2003, Consalvo 2003), sin embargo, existen otros autores como Kücklich (2005) que han optado por señalar los aspectos problemáticos de dichas transformaciones (como por ejemplo los conflictos de legitimidad). En definitiva, todos estos investigadores comparten un entendimiento común sobre el juego como el creador de praxis creativas que van más allá del mero acto de jugar (Puente y Tosca, 2013a, 2013c). ¿Pero a qué nos referimos exactamente con esto? Ciertos elementos que pueden parecer a priori banales o frívolos en ocasiones son transformados en prácticas creativas subversivas por los jugadores y/o fans. Existen multitud de ejemplos de este fenómeno, desde pequeñas revueltas y *performances* en servidores online, que acaban transformándose en parodias y actos de reivindicación política²⁹, hasta la configuración de religiones (con componentes subversivos) inspirados en la clásica y popular franquicia de videojuegos Pokémon (1996). ¿Religiones basadas en Pokémon? Efectivamente, a raíz de una partida transcurrida en la plataforma de vídeos en directo mediante sistema chat en *streaming*, conocida como *Twitch*³⁰, más de 10 millones de usuarios³¹ han jugado simultáneamente a Pokémon edición Roja. *Twitch plays Pokémon* (o Twitch juega a Pokémon) nació

²⁶ Véase también: Fiske, J. (1987): *Television Culture*, Londres, Routledge.

²⁷ Los vídeos *machinima*, animaciones audiovisuales creadas a partir del videojuego, son un subgénero cultural que ha sido fuente de inspiración de numerosos trabajos y estudios propios, como por ejemplo, Jones (2006). *Machinima* utiliza el motor del juego para crear producciones cinematográficas (generalmente de breve espacio de tiempo).

²⁸ El término *mod* o modificación, hace referencia a toda aquella serie de variaciones que modifican el juego original incorporando nuevos elementos (personajes, texturas, ambientaciones...).

²⁹ Véase: Puente, H., Tosca, S. (2013). *The Social Dimension of Collective Storytelling in Skyrim*, Proceedings of DiGRA 2013, Atlanta, Georgia Tech. 26-29 agosto 2013.

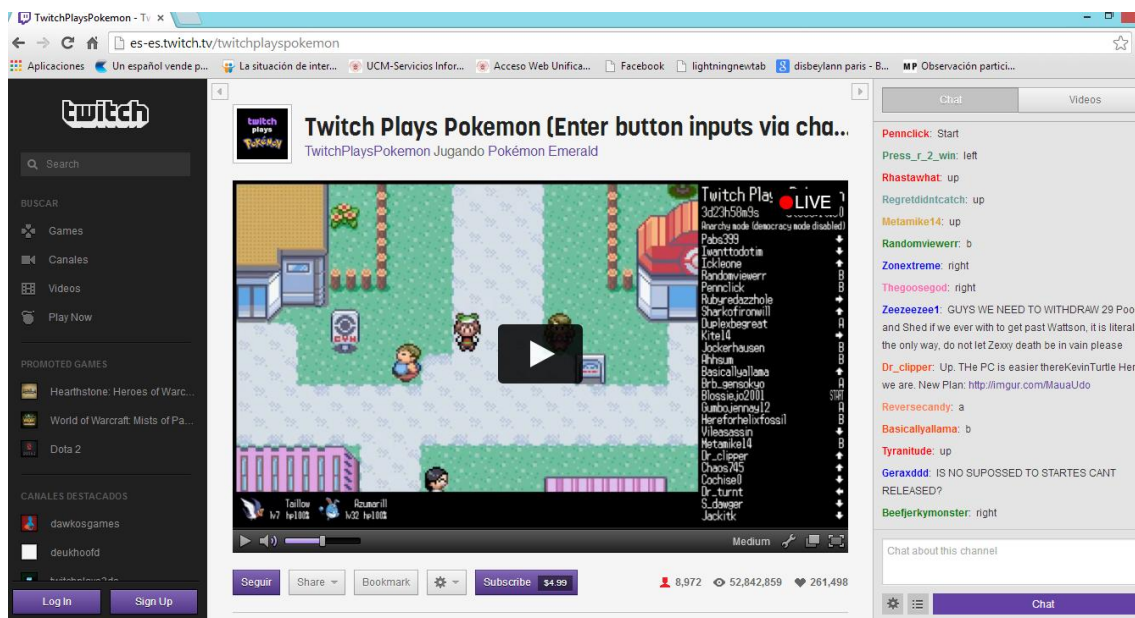
³⁰ Disponible en: <http://es-es.twitch.tv/>

³¹ Véase: <http://www.meristation.com/pc/noticias/casi-diez-millones-de-jugadores-en-el-pokemon-de-twitch/58/1957554>

Capítulo 7. La cultura de juego en *Diablo III*. Agencia, emergencia y contenido generado por el usuario.

como una suerte de experimento para comprobar qué pasaría si una numerosa cantidad de jugadores controlara el juego simultáneamente introduciendo comandos vía chat a tiempo real³², de entre una serie de opciones pre-establecidas. Uno de los aspectos más interesantes de la iniciativa es que el juego incorpora periodos de anarquía, en la que los comandos se van ejecutando por orden de llegada, y democracia, donde se realizan cálculos sobre los comandos más presionados para decidir cuáles serán los finalmente ejecutados. Curiosamente, los períodos de mayor éxito entre la comunidad fueron los de anarquía. La conformación de una religión, conocida como la Religión del Helix Fossil³³, con fuerte carácter subversivo (crítica y parodia religiosa) es uno de los ejemplos más recientes y genuinos de cómo las prácticas de juego pueden ser transformadas en praxis creativas con altas dosis de subversión y reivindicación política crítica. Como se muestra en las imágenes que se ofrecen a continuación el impacto en las redes sociales como Facebook ha sido considerable.

Figura 8.7. Twitch Plays Pokemon. Chat de comandos a la derecha de la imagen.



³² El website de Twitch resume la iniciativa como: ““Twitch Plays Pokemon is a stream that lets you play Pokemon collaboratively with a lot of other people by typing commands into chat.” Disponible en: <http://es-es.twitch.tv/twitchplayspokemon>

³³ El Helix Fossil o Fossil Helix, es un objeto que se encuentra a lo largo del transcurso del juego y que permite la obtención de uno de los Pokémon disponibles, Omanyte, mediante su reanimación.

Capítulo 7. La cultura de juego en *Diablo III*. Agencia, emergencia y contenido generado por el usuario.

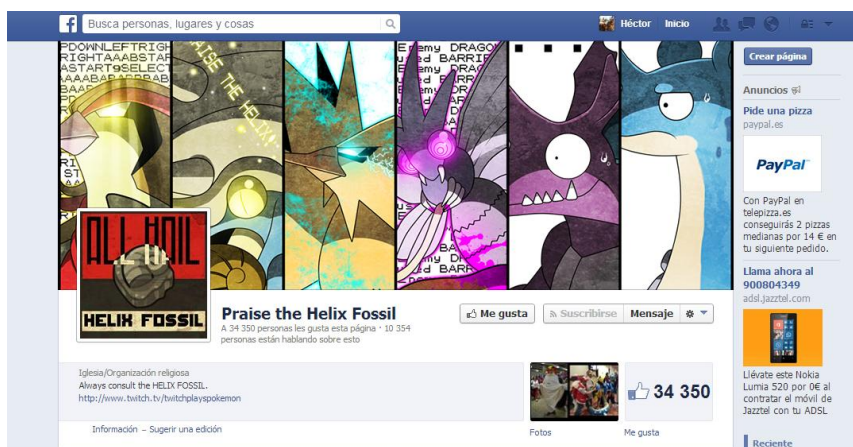
Fuente: Propia. Screenshot (pantallazo) de <http://es-es.twitch.tv/twitchplayspokemon>

Figura 8.8. Ejemplo de contenido generado por el usuario basado en Twitch Plays Pokemon.



Fuente: Screenshot (pantallazo³⁴).

Figura 8.9. Ejemplo de contenido generado por el usuario basado en Twitch Plays Pokemon.



³⁴ Fuente extraída de: <https://www.facebook.com/pages/Praise-the-Helix-Fossil/614585975256894?fref=ts>

Fuente: propia. Captura de pantalla ³⁵.

Figura 8.10. Iglesia del Fósil de los últimos Días,



Fuente: Propia. Captura de pantalla:

<https://www.facebook.com/groups/666740576721884/?fref=ts>

Si bien está claro que las prácticas de juego pueden ser transformadas en actos de creación, otros autores han ido un poco más allá al considerar las actividades lúdicas en sí mismas, como puros actos de producción creativa; ejemplo de ello sería el concepto de "juego productivo" acuñado por Celia Pearce (2006b) o las propuestas de Aleksander Knorr (2007) quien ha argumentado convincentemente que la productividad del juego puede ser descrita o caracterizada desde el punto de vista de la apropiación sociocultural.

Los ejemplos mostrados hasta ahora dan cuenta de cómo algunos jugadores no se contentan con el videojuego en sí mismo, sino que más allá de la práctica de juego en sí (interacción lúdica en servidor online), se interesan por la cultura de juego generada en torno a él, más conocida como metacultura³⁶. Como se vio anteriormente, los jugadores tienen una larga historia de presionar frente

³⁵ Fuente extraída de: <https://www.facebook.com/pages/Praise-the-Helix-Fossil/614585975256894?fref=ts>

³⁶ Nótese que la metacultura también es parte del juego, de la realidad lúdica configurada y generada a través de la compleja red de agencias anteriormente mencionada. esto quizás debieras haberlo aclarado cuando aparece el término por primera vez en tu texto

a los límites del juego (Taylor, 2007), *modding*, *machinima*, *cosplay*³⁷ o foros y comunidades virtuales son sólo algunos de los ejemplos más comunes y representativos. La producción de contenido generado por el usuario (UGC³⁸) varía desde la elaboración de materiales en los canales oficiales de las desarrolladoras³⁹, hasta los actos de creación en sitios o lugares (ya sean online o no) totalmente independientes (véase figuras 8.12, 8.23) Según Egenfeldt-Nielsen, Smith y Tosca (2012), quienes citan el caso de *Age of Kings Heaven*⁴⁰, la producción de metacultura a menudo sirve para mantener vivo un juego mucho tiempo después de su lanzamiento, llegando incluso a rebasar y generar más interés y atención que la práctica de juego en sí (in situ): “*whereas the original game was released in 1999, players remain active (in late 2011) posting news stories, strategy guides and other materials, and participating in forum discussions*” (2012: 180). Dicho fenómeno también ocurrió con la saga *Diablo*, pues 12 años después del lanzamiento del *Diablo II*, los jugadores seguían expectantes ante el inminente lanzamiento de *Diablo III*. Además, durante todo este tiempo, los servidores de *Diablo II*, y especialmente las comunidades, foros y *fan sites* seguían estando muy activos.

“Sí que es verdad que se creó muchísimo hype con los ¿qué fueron? ¿12 años? Que esperaron para lanzar la secuela del *Diablo II*, ¿no? y sí que es verdad que yo estaba al tanto de vídeos, sobre todo por el entorno donde me muevo, que es un poco como obligado casi, estar siempre viendo las novedades, y sí que estaba al tanto de los vídeos que iban sacando, de cuando sacaban personajes sacaban un nuevo vídeo, de los concept cast que sacaban” (Entrevista n^o: 3. Mujer, 25 años, Madrid).

³⁷ Cosplay o costume play hace referencia a la elaboración de disfraces inspirados en personajes de ficción (por ejemplo, personajes ficticios de videojuegos).

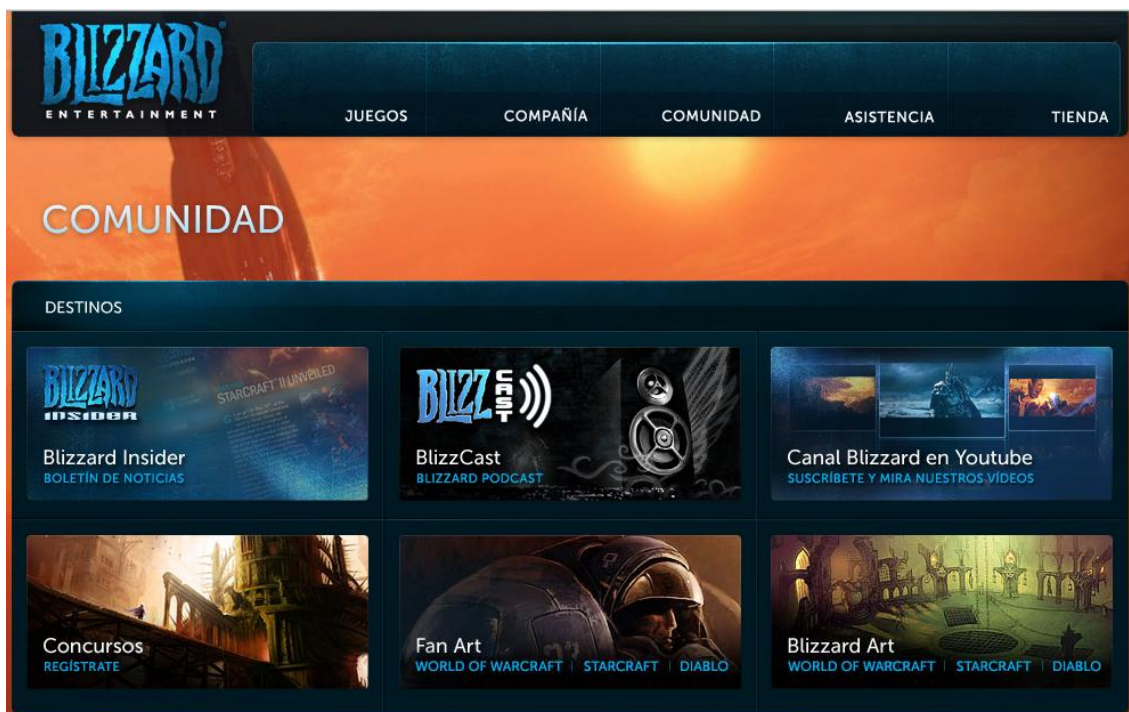
³⁸ Siglas de User Generated Content.

³⁹ Véase figura 8.12. Producción de contenido inspirado en *Diablo* en Deviantart.

⁴⁰ Age of Kings Heaven es una página web (activa desde 1999) centrada en el célebre juego de estrategia Age of Empires II. Cuenta con un foro muy activo en la actualidad. Disponible en: <http://aok.heavengames.com/>

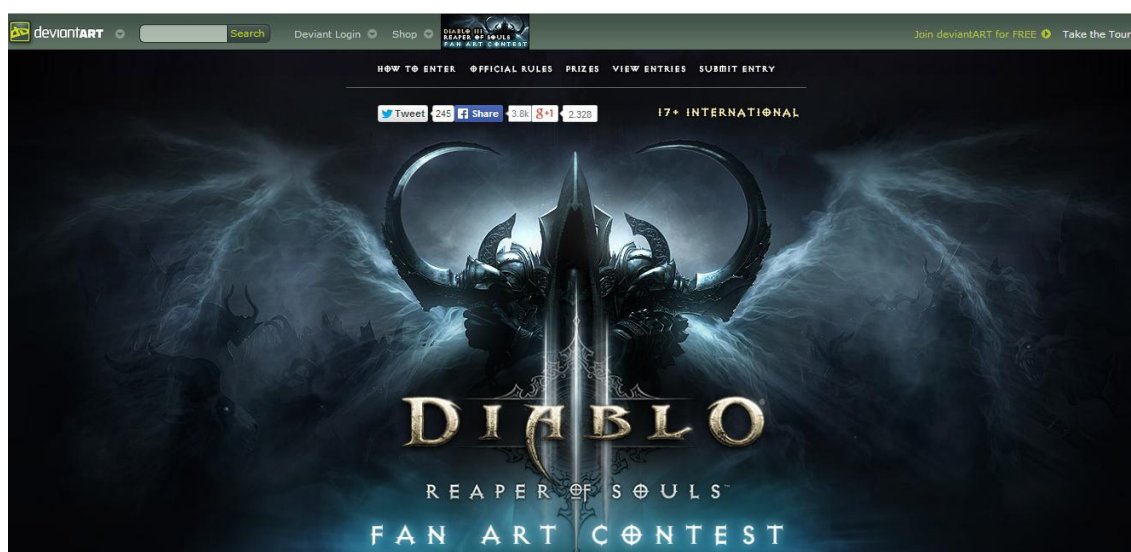
Capítulo 7. La cultura de juego en *Diablo III*. Agencia, emergencia y contenido generado por el usuario.

Figura 8.11. Comunidad oficial de *Blizzard Entertainment*. Se observa el fomento del UGC y la metacultura inspirada en *Diablo* a través de concursos, fan art, vídeos...



Fuente: Captura de pantalla de: <http://us.blizzard.com/es-mx/community/>

Figura 8.12. Concurso de fan art inspirado en *Diablo III (Reaper of Souls)* en la red social *Deviant Art*⁴¹



⁴¹ Disponible en: <http://www.deviantart.com/>

Fuente: Captura de pantalla de: <http://us.blizzard.com/es-mx/community/>

Otro de los ejemplos más célebres y comunes de UGC y la metacultura serían los *mods* (modificaciones) o ampliaciones de los juegos comerciales. Dichas modificaciones son creadas por jugadores de alta implicación con el juego⁴² que posteriormente ofrecen o intercambian con otros fans, jugadores –e incluso con las productoras oficiales- en foros en línea u otro tipo de plataformas activas especializadas, articulándose en complejas redes de actividades creativas y compartidas. Los *mods* creados por los jugadores y aficionados son muy variados, desde los diseñados para corregir errores en el juego, construir nuevos niveles y mapas, crear nuevos "*skins*⁴³" (apariencias), e incluso algunos para modificar ciertas reglas (*game rules*) para que el resultado del juego se completamente diferente⁴⁴ (como el caso de un padre que modificó el código del juego *Donkey Kong* para que su hija pudiera jugar con la princesa Peach y rescatar a Mario, y no a la inversa como estaba programado. En este caso la princesa pasa a ser la heroína del juego y Mario el personaje secundario al que hay que salvar. Véase figura 8.14). Pese a que muchos piensan que los *mods* han estado presentes desde los inicios del videojuego, son un fenómeno relativamente reciente ya que no se empezaron a popularizar hasta inicios de los 90 con la llegada de *Wolfstein 3D* (1992).

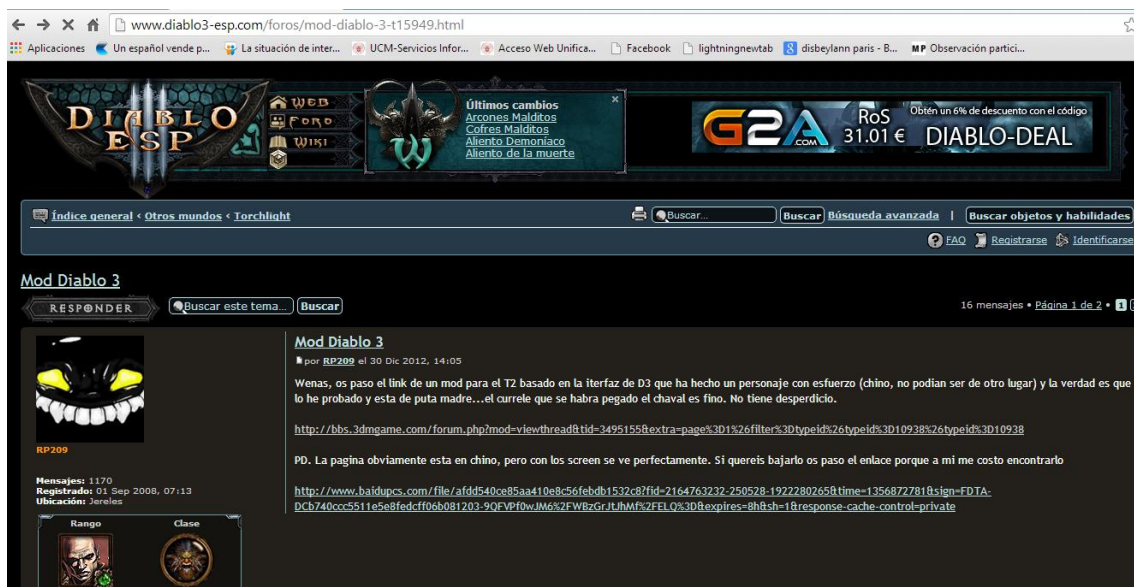
⁴² Véase capítulo V, propuesta de medición y categorización de jugadores mediante implicación con el juego.

⁴³ Los *skins* (pieles) son capas alternativas que varían la apariencia de un avatar u objeto (textura, color...).

⁴⁴ Disponible en: <http://www.nydailynews.com/news/national/dad-hacks-donkey-kong-daughter-switches-pauline-mario-article-1.1287536>

Capítulo 7. La cultura de juego en *Diablo III*. Agencia, emergencia y contenido generado por el usuario.

Figura 8.13. Ejemplo de foros de intercambio de *mods* inspirados en *Diablo III*. Consiste en una interfaz basada en *Diablo III* para ser utilizada el videojuego *Torchlight II* (2009).



Fuente: Captura de pantalla de: <http://www.diablo3-esp.com/foros/mod-diablo-3-t15949.html>

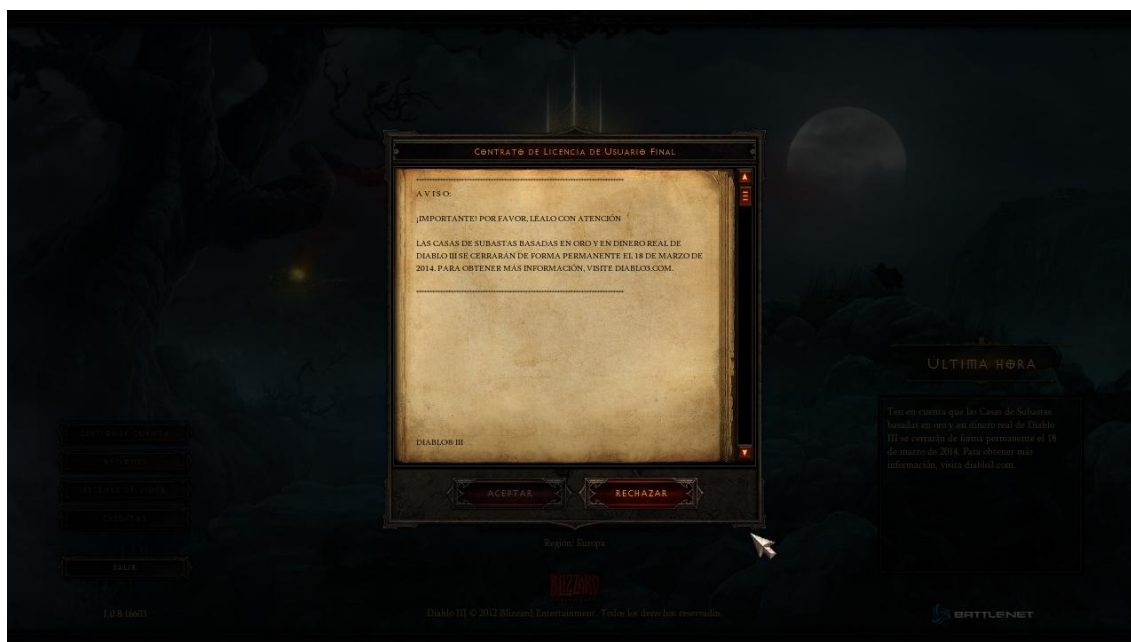
Figura 8.14. Ejemplo de *mod* empleado en *Donkey Kong*. En este caso, es la princesa Peach el personaje jugable, de tal modo que ella es quien ha de rescatar a Mario (en el juego original Mario rescata a la princesa).



Fuente: <http://www.nydailynews.com/news/national/dad-hacks-donkey-kong-daughter-switches-pauline-mario-article-1.1287536>

Otro fenómeno interesante es la incentivación o fomento de la aparición de comunidades de usuarios como medio para conseguir ventas. Las desarrolladoras empiezan a percibir a las comunidades de jugadores como plataformas de marketing, publicidad y potencial *feed-back* para el desarrollo continuado del juego. Los EULA's⁴⁵, o contratos de acuerdo de licencia del usuario (véase figura 8. 15) cada vez son más flexibles. Un ejemplo es el fenómeno del *beta-testing*, el empleo de la comunidad de jugadores para testear los prototipos de juego, otro caso son las conocidas como *gifts economies*, donde los jugadores libremente deciden programar *mods* para ganar prestigio y reconocimiento dentro de la comunidad aspirando a obtener ofertas de trabajo dentro de la industria del videojuego.

Figura 8.15. *Ejemplo de cambio en la licencia de usuario ante la desaparición de la casa de subastas.*



Fuente: captura de pantalla

⁴⁵ Los acuerdos de licencia del usuario son los contratos y políticas que aceptan los jugadores antes de poder jugar a un juego.

Más allá de fenómenos como el *beta-testing*, donde las productoras confían en jugadores para testear el juego y hallar fallos, encontramos que la relación clásica jerárquica entre diseñador y usuario empieza a ser problemática. Las nuevas tecnologías facilitan la agencia de los jugadores poniéndolos en contacto entre ellos y permitiendo la circulación de *mods* o *cracks*, facilitando el acceso al código fuente con el fin de editar contenidos, como en el ejemplo citado del padre que modificó el código del juego *Donkey Kong* para que su hija pudiera jugar con la princesa. Por tanto, se hace cada vez más patente que es imposible controlar la recepción y las mediaciones. Siguiendo la línea de Taylor, observamos como también en el caso de *Blizzard* la compañía trata de controlar la recepción, sin embargo, no se percata de que la obra ya no es suya, sino que se ha perdido entre la compleja red de prácticas, experiencias y mediaciones de producción y consumo.

"What we see when we look at this more complex picture of participation is a system in which the line between creator and consumer is blurred and in which the de facto ownership of game space can come to lie increasingly in the hands of productive players." (Taylor, 2007: 114).

Una vez realizada esta pequeña introducción a las problemáticas del contenido generado por el usuario, en lo que resta del presente epígrafe la discusión se centra en una de las más recientes y populares expresiones emergentes del UGC, esto es, la producción de vídeos *machinima* inspirados en *Diablo III*. ¿Pero por qué este ejemplo en lugar de otros (como la generación de guías o tutoriales o los *cosplays*)? Los vídeos *machinima* son un fenómeno mucho más reciente que refleja muy claramente algunos de los aspectos revisados a lo largo de la tesis: co-presencias, remediación, emergencia y agencia, ubicuidad del juego, porosidad del círculo mágico... Así mismo, he trabajado previamente la temática de los vídeos *machinima* en algunos artículos previos⁴⁶, lo que en un

⁴⁶ Fragmento parcialmente publicado como capítulo de libro en: Puente, H., Fernández, M. (2014). Nuevas formas de producción de contenido: el caso de los vídeos *machinima* inspirados en los videojuegos de rol, en: Sierra, J., Rodríguez, D. (2014). Contenidos digitales en la era de la sociedad conectada, Madrid: Fragua.

Para dicha investigación se llevó a cabo una metodología complementaria a la presentada en el capítulo III. La aplicación de las técnicas cualitativas de investigación se inició con una

ejercicio de honestidad es necesario referenciar.

5.1 *Machinima* como práctica emergente

Diablo III, más allá de ser el último lanzamiento de la aclamada saga *Diablo*⁴⁷, ha incorporado una serie de innovaciones técnicas que han revolucionado el panorama actual de la industria del videojuego. Entre dichas aportaciones destaca el sistema de comercio y transacción económica implementado; pues como se señaló en el capítulo 6, consiste en el primer videojuego de rol de masas que permite comerciar y realizar transacciones tanto en divisa virtual como en dinero real (Puente, 2012). Si bien tradicionalmente la economía emergente originada en los videojuegos ha atraído el interés de la comunidad investigadora [véase Mortensen (2008), Castronova (2005), Taylor (2006), Pearce (2009), Dibell (2006)], hasta la fecha no había aparecido ningún título como *Diablo III* que facilitara y legitimara, mediante implementación programada, una herramienta para gestionar el tráfico de divisas virtuales y reales. Las grandes expectativas generadas por la productora en base a sus innovaciones técnicas, aparentemente genuinas y revolucionarias, así como las inercias derivadas de los lanzamientos anteriores, contribuyeron a originar una comunidad de fans muy pujante y activa; una comunidad fan comprometida y entregada a la producción de contenido generado por el usuario (UGC⁴⁸).

Machinima ha sido comúnmente definido como la creación en tiempo real de piezas audiovisuales dentro de un entorno 3D virtual (Marino, 2004; Berkeley, 2006; Nitsche, 2005). Los orígenes de *machinima* se encuentran en prácticas de

observación preliminar no participante (Spradley 1980, Vallés 1998) a fin de obtener “una mayor comprensión y familiarización con el objeto de estudio” (Puente y Tosca, 2013a: 5). Durante dicha observación previa, de una semana de duración, recopilamos información acerca de los materiales *machinima* disponibles en *YouTube*. Una vez familiarizados con los vídeos existentes, mediante un muestreo intencional (Ortiz, 2004), seleccionamos una muestra de 14 vídeos que a nuestro juicio cubría satisfactoriamente la amplia diversidad de contenidos disponibles; con el fin de aspirar a una cierta representatividad estructural (Ibáñez, 1979).

⁴⁷ La saga *Diablo* se inicia con el lanzamiento del videojuego *Diablo* (1996) desarrollado por *BlizzardEntertainment*. Más adelante se lanzarían nuevos títulos como la expansión *Diablo Hellfire* (1997), *Diablo II* (2000), *Diablo II: Lord of Destruction* (2001) o el reciente *Diablo III* (2012) dieciséis años después del primer lanzamiento.

⁴⁸ Siglas en inglés de contenido generado por el usuario (*user generated content*).

subversión y *hackeo* de videojuegos que tenían como fin modificar el código subyacente del dispositivo y generar nuevos acontecimientos no previstos por los diseñadores del juego, esto es, emergencia (Lowood, 2006; Jones, 2006). Pero la historia de este fenómeno, cercana a los 15 años, no sólo ha consistido en la modificación espontánea de la tecnología del videojuego con fines subversivos, sino que además ha sido una fuente de ideas para el desarrollo de nuevas historias, modelos narrativos y formas de producción emergentes, al tiempo que ha contribuido a las últimas transformaciones que han experimentado las audiencias, el consumo de medios y las comunidades de fans (Lowood, 2011).

El contenido de las piezas de *machinima* (a nivel de argumento y recursos plásticos) suele consistir en una extensión emergente del mundo ficcional del videojuego de origen, especialmente en los videojuegos orientados a la consecución de objetivos. Como indican Pinchbeck y Gras (2011), *machinima* es una negociación entre el contenido y las capacidades del sistema. De los juegos en los que hay avatares, texturas y entornos con atmósferas muy definidas se espera que la creación de *machinima* refleje el contenido implícito del juego. En un videojuego no es sólo la acción lo que nos sitúa ante un tema o un mundo ficcional determinado, sino que la experiencia visual y auditiva también cuenta. En este sentido, para la generación de creaciones *machinima* se importan *mods* 3D de otros softwares para construir mundos complementarios o alternativos a los del juego, de gran riqueza audiovisual, aumentando el detalle del mundo ficcional. En lo relativo a la relación que el jugador tiene con los personajes cuando crea piezas de audiovisuales, se ha asociado *machinima* al manejo de títeres (Nitsche, Mazale y Clifton, 2013). Si bien en el videojuego original los personajes actúan como mediadores para llevar a cabo un evento o desarrollar una historia, los creadores de *machinima* emplean dichos personajes con otros fines. Las interacciones en los videojuegos, realizadas para cumplir una serie de objetivos marcados por las reglas del juego y las normas emergentes, se transforman en movimientos y expresiones. De este modo, los jugadores, como productores no sólo modifican la tecnología del juego, sino que también dan un giro al procedimiento del juego para llevar a cabo una performance (Goffman, 1959; Butler, 2002).

La particular relación que *machinima* mantiene con otros medios como el cine y su unión al lenguaje audiovisual han propiciado el estudio de este medio emergente y sus posibilidades para promover la alfabetización audiovisual y narrativa (Lacasa, Martínez y Méndez, 2011). No obstante, no se ha profundizado en la figura del generador de *machinima* proveniente de la comunidad de jugadores, o de la comunidad fan de un juego determinado, ni en cómo la producción de estos contenidos constituye una práctica de juego emergente, subversiva y remediada.

El contenido generado por el jugador puede enmarcarse en lo que Jenkins describe como cultura de convergencia (2006), en la cual los antiguos y los nuevos medios colisionan, y donde el poder del productor y el del consumidor interactúan de maneras impredecibles bajo lógicas de mediaciones y redes de prácticas asimétricas. Esta cultura se rige, siguiendo al autor, por tres dinámicas en las que *machinima* podría encuadrarse: la convergencia mediática, la cultura participativa y la inteligencia colectiva.

Por convergencia mediática Jenkins hace referencia al flujo de contenido a través de numerosas plataformas, a la cooperación entre múltiples empresas mediáticas y al comportamiento migratorio de las audiencias que irán a casi cualquier sitio en busca de las experiencias de entretenimiento que deseen. En este sentido se puede hablar de jugadores que, al igual que emplean un tiempo en interactuar dentro del espacio de juego, fuera del mismo se re-encuentran a partir de fragmentos de videojuegos convertidos en piezas audiovisuales lineales, que cuelgan en plataformas de vídeos como *YouTube*.

Dada la ingente cantidad de información existente en la red, y dado que hay más información de la que un individuo puede almacenar en su memoria, hay un incentivo para que hablemos entre nosotros sobre los medios que consumimos: la inteligencia colectiva. El consumo se ha convertido en un proceso colectivo en el que ninguno de nosotros lo sabe todo, pero cada uno sabe algo, esto es lo que Consalvo (2007) denomina capital cultural de juego. Para Jenkins (2009) las comunidades de fans online son uno de los mejores ejemplos, en tanto

que se constituyen a partir de interacciones marcadas por la relación emocional o afectiva que mantienen con un producto cultural determinado. En este sentido, no es extraño ver piezas de *machinima* en las que se exhiben modificaciones de motores de juego para poder ver el videojuego desde otro punto de vista y en mayor detalle. Los comentarios en *Youtube* muestran un interés de los usuarios por intercambiar consejos e ideas y favorecer la circulación de información y entendimiento común.

Por cultura participativa entendemos el nexo que parece existir entre unas tecnologías digitales cada vez más accesibles, el contenido creado por el usuario y el desplazamiento que se ha producido en las relaciones de poder entre las industrias de los medios de comunicación y sus consumidores. Más que hablar de productores y consumidores de medios de comunicación como entes que ocupan roles separados, podrían ser vistos como participantes que interactúan entre ellos de acuerdo a un nuevo sistema de reglas y agencias compartidas.

El consumo ya no es visto necesariamente como el punto y final de una cadena económica de producción, sino como un espacio dinámico de innovación y crecimiento en sí mismo. Por ejemplo, Puente y Fernández (2013) describen cómo los usuarios de *YouTube* consumen y a la vez condicionan los contenidos que generan otros jugadores que producen vídeos relacionados con los videojuegos. En este sentido la práctica lúdica colisiona con la fílmica, al tiempo que los jugadores interactúan con los productores de maneras variadas, hasta el punto en que algunos videojuegos se han lanzado con el fin de crear *machinima*, como es el caso de *The Movies* (LionheadStudios, 2004).

En relación a la cultura fan, Baym (1999) señala que los fans no solo encuentran placer en conocer, sino también en compartir sus conocimientos. Poniendo como ejemplo las series de ficción, la autora señala que los fans perciben el intercambio de especulaciones y juicios sobre éstas como medios para comparar, refinar y negociar el entendimiento del entorno socio-emocional que se crea alrededor de este producto cultural. De forma cada vez más común las especulaciones llevan a los fans a crear *fansites*, abriendo el campo de

significados que circulan alrededor del texto principal (las series de televisión). En los últimos años se ha producido una dinámica similar en torno a los videojuegos. Además de la creación de especulaciones y juicios alrededor de un videojuego determinado, los jugadores han producido nuevas apariencias para los personajes (*skins*), así como modificaciones y extensiones del juego (*mods*), tal y como hemos visto anteriormente.

Por último, una forma muy extendida de crear nuevos significados a partir del texto principal es la parodia, definida por Hutcheon (2000) como la imitación de un texto con cierta distancia irónica crítica. La forma de este distanciamiento puede ir del ridículo desdeñoso al homenaje reverencial con respecto al texto principal.

¿Pero cómo se traduce todo lo enunciado en el caso de *Diablo*? La exploración cualitativa de los vídeos *machinima* de *Diablo* reveló que los jugadores tienden bien a expandir el universo ficcional del juego mediante referencias a éste de carácter paródico, o bien a crear historias y ficciones nuevas a partir de los recursos visuales y técnicos que aporta el juego.

En primer lugar se percibe la búsqueda de un mayor detalle de los entornos del juego. En este sentido es significativo el afán de la comunidad de jugadores por superar los puntos de vista cenitales que *Diablo III* ofrece. Esta motivación por ver mediante nuevos ángulos los entornos de corte fantástico característicos del universo *Diablo III* puede obedecer a cierto interés por obtener una visión más detallada de las texturas, el vestuario y las atmósferas del universo de este juego. De hecho, en la encuesta realizada una de las críticas más recurrentes de los jugadores se refería a las escasas herramientas y posibilidades de personalización y/o customización disponibles. Un ejemplo significativo es el vídeo que lleva por título “*Diablo III, desde un nuevo ángulo*”⁴⁹ (véase figura 8.16), en el cual el autor muestra una de las premisas de Baym (1999) o Consalvo (2007) sobre las comunidades de fans: además de un afán por conocer, los fans

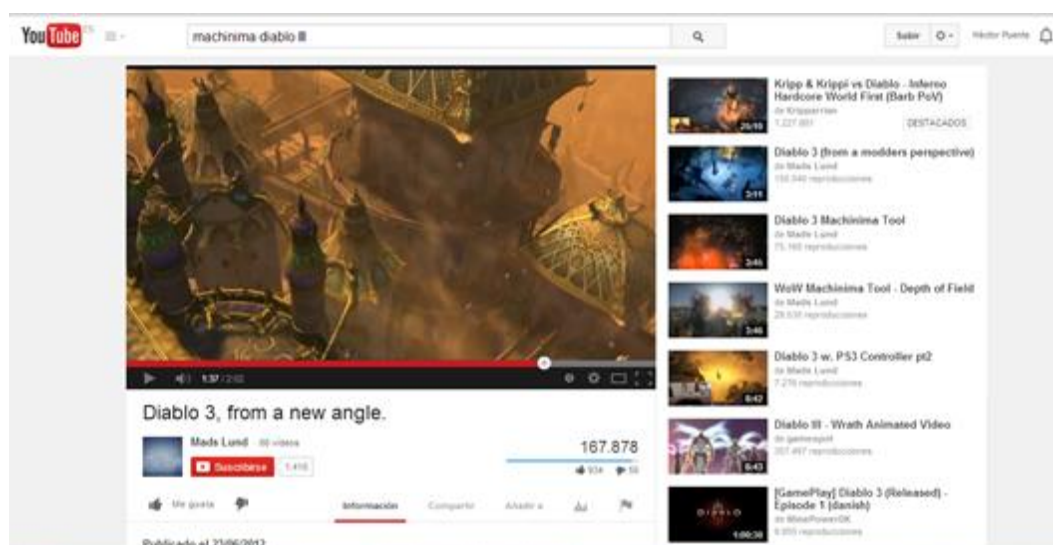
⁴⁹Pieza de *machinima* consultada a partir de la URL <http://www.youtube.com/watch?v=uOkY4LjBB5I>

muestran un claro interés por compartir su conocimiento. Esta tendencia a compartir el conocimiento configura y condiciona el tipo de contenido que los fans de *Diablo* presentan en sus vídeos *machinima* compartidos en plataformas como *Youtube*. Un ejemplo de ello son los vídeos en los que el autor señala que ha creado una pieza *machinima* porque otros usuarios, por medio de *Youtube* u otras redes sociales, así se lo han requerido. Véase la siguiente presentación de un vídeo titulado “*Diablo 3 (from a modders perspective)*”:

*“Algunas personas me han pedido que explique cómo he conseguido hacer mis vídeos. De modo que he hecho este vídeo para enseñar algunas modificaciones básicas en el juego”*⁵⁰.

Este tipo de prácticas emergentes y co-agencias contribuyen a un aprendizaje y a una consolidación de la inteligencia colectiva (Jenkins, 2006).

Figura 8.16. Ejemplo de vídeo *machinima*.



Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=uOkY4LjBB5I&no_redirect=1

⁵⁰ Traducción propia del texto “*Some people were asking how some of the stuff i did on my tumblr [...] looked in game. So i made this video to show some of the basic debug flags in the game and what they do*”.

Por otra parte, encontramos una expansión del universo de los juegos a partir del recurso a la parodia. El videojuego (texto original) es contrastado con una parodia que tiene como fin principal el dar un sentido burlesco o ridículo al texto que propone el videojuego. Esta práctica no sólo se observa como modo de hacer referencia a elementos de la historia del juego, sino que también se realizan parodias del propio sistema de juego (sus reglas, sus mecánicas y la forma en que los jugadores interactúan con este sistema). Encontramos un empleo de los recursos visuales expresivos más rico que en el videojuego, con ambiciones cinematográficas como el empleo de la profundidad de campo, los medios planos, encadenados, fundidos a negro, créditos o el uso de figuras retóricas a partir del uso de planos, como la metonimia. También se pueden encontrar creaciones como el vídeo “*Gigolo Witch Test*”, que presenta a un médico brujo (una de los cinco personajes seleccionables en *Diablo*) llevando a cabo el tema musical “*Just a Gigolo*”⁵¹. A nivel local, se observan formas de ironía o parodia similares, como la combinación y remediación de imágenes de *Diablo III* con la popular (a nivel nacional, y especialmente entre la población joven) canción “*Yo soy cani*”⁵² (ironía de la ironía, bucles de la cultura popular digital, por ejemplo parodizar a partir de una canción que ya es irónica).

Todas estas estrategias expresivas tienen una dimensión colectiva; aprovechando el repertorio compartido de géneros, textos y estructuras de la comunidad de *Diablo* (Tosca, 2003). Este tipo de vídeos ejemplifican el cambio de relación que se produce entre jugador-personaje dentro del juego, y creador de vídeo-personaje en las piezas de *machinima*, en línea con lo que señalan Nitsche, Mazale y Clifton (2013) acerca de las ambiciones expresivas de los jugadores que crean vídeos, cercanas al ámbito de la performance. De un modo similar a lo expuesto por estos autores, la narración de vídeos *machinima* en *YouTube* tiene una dimensión social performativa (Langellier y Peterson, 2004), tanto en términos de identidad como en transformación de la comunidad (Puente y Tosca, 2013).

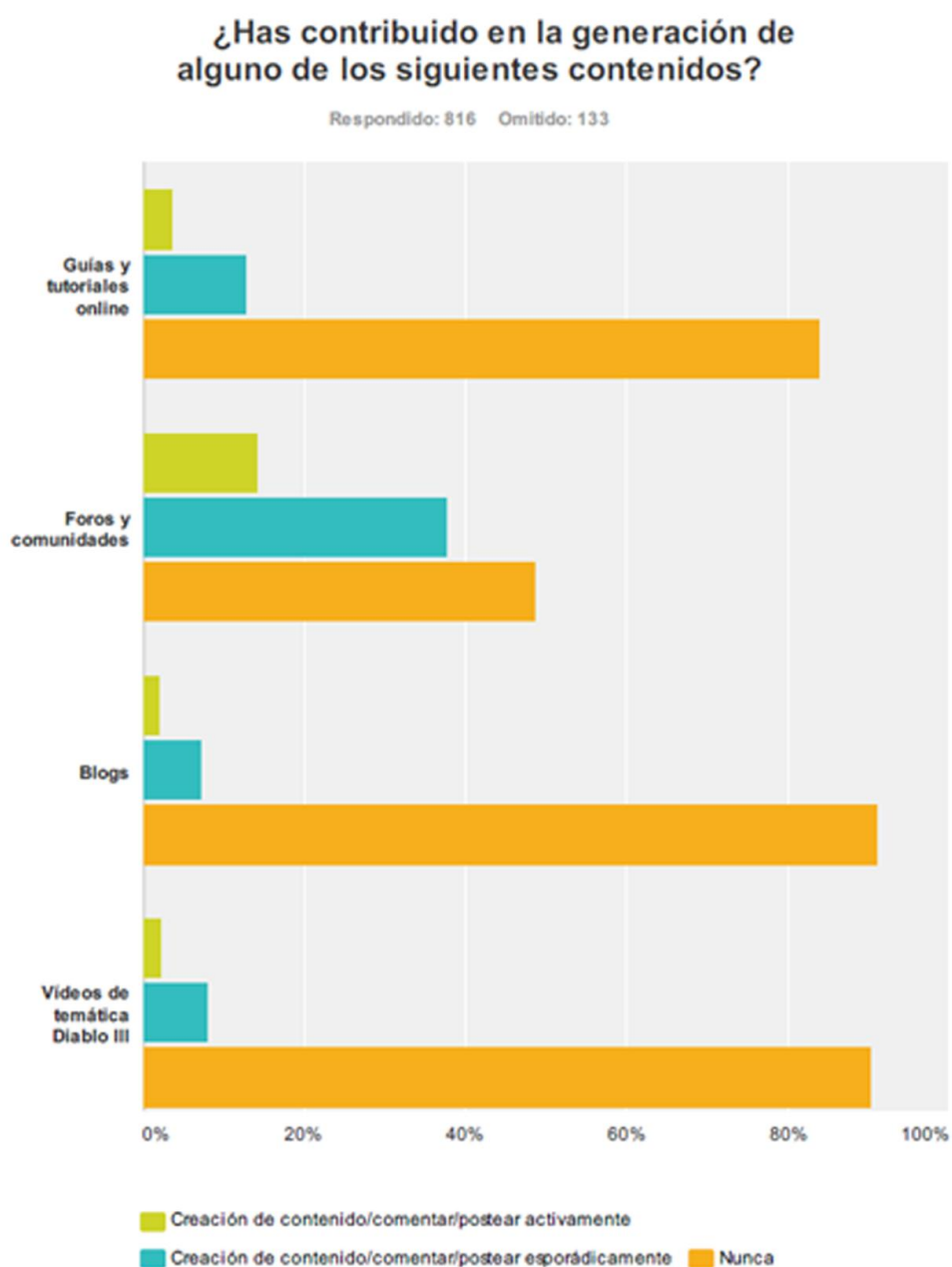
⁵¹ Pieza de *machinima* consultada a partir de la URL <http://www.youtube.com/watch?v=YJ5Fo-U4GXg>

⁵² Pieza de *machinima* consultada a partir de la URL <http://www.youtube.com/watch?v=SCovqAccxEk>

Capítulo 7. La cultura de juego en *Diablo III*. Agencia, emergencia y contenido generado por el usuario.

La encuesta realizada ofrece algunos datos complementarios referentes al contenido generado por los usuarios y usuarias. Estos dos gráficos descriptivos responden, respectivamente, a los tipos de materiales que generan los usuarios y al tiempo que dedican estos a dicha tarea. De este modo, se ofrece una imagen general y/o aproximada de lo que supone el fenómeno del UGC en términos cuantitativos.

Figura 8.17. Generación de contenidos por parte de los jugadores de *Diablo III*.



Capítulo 7. La cultura de juego en *Diablo III*. Agencia, emergencia y contenido generado por el usuario.

	Creación de contenido/comentar/postear activamente	Creación de contenido/comentar/postear esporádicamente	Nunca	Total de encuestados
Guías y tutoriales online	3,68% 30	12,76% 104	83,93% 684	818
Foros y comunidades	14,13% 115	37,59% 306	48,53% 395	816
Blogs	2,11% 17	7,07% 57	90,94% 733	807
Vídeos de temática <i>Diablo III</i>	2,22% 18	8,00% 65	90,02% 731	814
Historias y narraciones inspiradas en <i>Diablo III</i>	1,23% 10	3,82% 31	95,19% 772	813

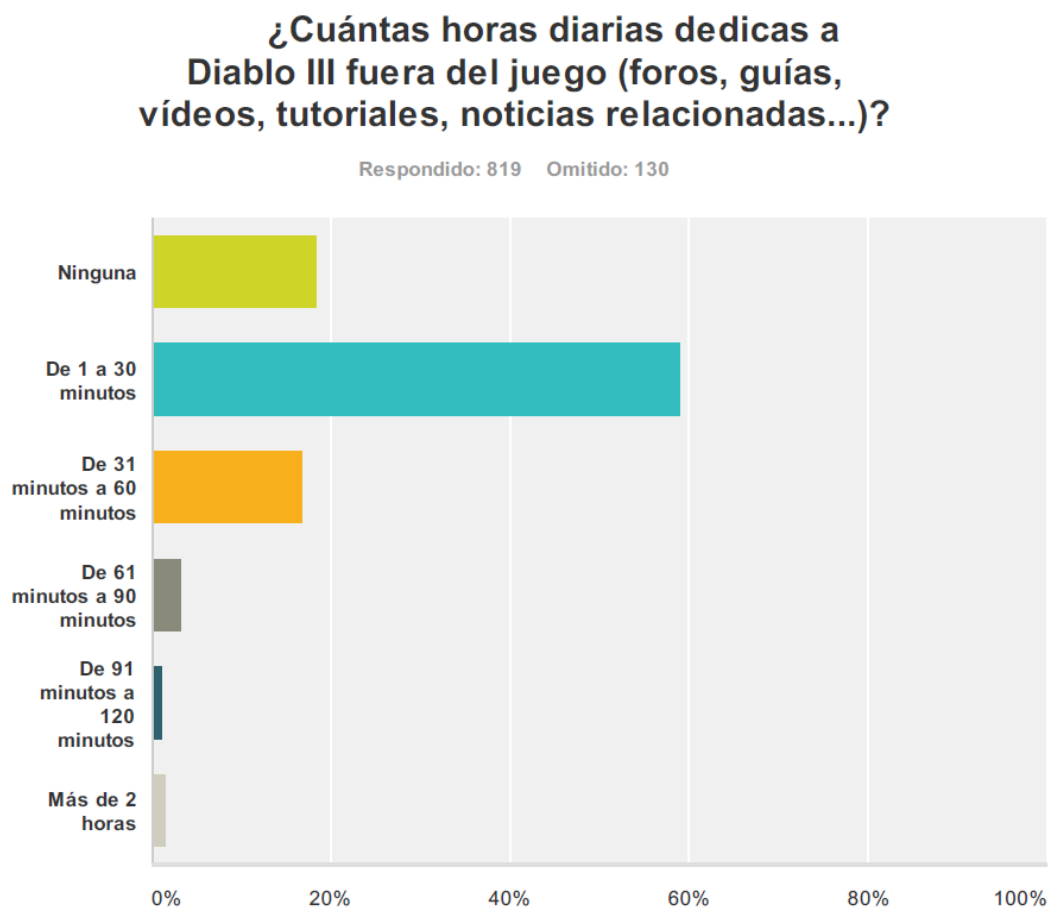
Fuente: Propia (encuesta). Véase epígrafe metodología.

Este diagrama de barras nos muestra gráficamente las cifras de participación en la generación de contenidos producidos por los jugadores de *Diablo III*. Cada una de las temáticas presentadas (guías/tutoriales, foros/comunidades, blogs, vídeos *machinma* de temática *Diablo* e historias/narraciones) consta de tres barras (véase leyenda) que indican desde un grado de creación y/o participación activa (verde) hasta una ausencia total de ella (naranja). En nuestro caso, el diagrama de barras (Escobar, 1999) que más nos interesa, y por ende que vamos a analizar en mayor profundidad, es el titulado “vídeos de temática *Diablo III*”, ya que como expliqué anteriormente me centro en este tipo de contenidos por una cuestión de manejabilidad. Sobre un total de 949 encuestados (816 respuestas y 133 omisiones) un 5,05% de la muestra afirma o bien ser creadora de contenidos audiovisuales o bien contribuir a ellos a través de comentarios; tanto frecuente (1,23%), como esporádicamente (3,82%). Como se deduce a la vista de los datos el 94,95% restante no participa nunca en la producción de materiales audiovisuales en redes como *YouTube*. Pese a que, a priori, una cifra levemente superior al 5% pueda parecer poco significativa, es un dato muy destacable si se pone en relación con el enorme tamaño de la comunidad de jugadores (a fecha de octubre de 2013, *Diablo III* ha vendido más de 14 millones de copias [ActivisionBlizzard, 2013]). Realizando una inferencia estadística a partir de nuestra muestra, podemos estimar que aproximadamente 700.000 jugadores de *Diablo III* contribuyen o han contribuido en alguna ocasión en la generación de contenidos audiovisuales a lo largo del globo. Pero, ¿por qué he incluido en el diagrama otras temáticas (guías, foros, blogs...)

diferentes a *machinima*? La respuesta es sencilla, gracias al gráfico seleccionado podemos contextualizar y poner en relación el fenómeno de la producción de vídeos comparándolo con otros ámbitos y formas de expresión del *user generated content* (más allá de los contenidos *machinima* en sí mismos).

El siguiente gráfico muestra el tiempo medio que dedican los jugadores de *Diablo III* a los contenidos del metajuego (foros, guías de juego, tutoriales, noticias, vídeos *machinima*...). Si algo más del 5% de los jugadores de *Diablo* contribuye de alguna manera (frecuente u ocasional) a la generación de contenidos, esta cifra se eleva hasta un significativo 81,68% cuando se refiere a la mera consulta o revisión (sin necesidad de contribuir a su producción). Este dato pone de relieve la importancia fundamental que tiene el contenido generado por el usuario dentro de las prácticas culturales que contribuyen a la creación y conformación de los espacios y escenarios de juego (co-presentes) con culturas y comprensiones comunes (Garfinkel, 1968a). Además, como curiosidad es interesante señalar que de media los jugadores de *Diablo* dedican más de 22 minutos diarios a la consulta de esta serie de materiales online, por lo que en términos cuantitativos el análisis de este tipo de contenidos también parece relevante.

Figura 8.18 Tiempo diario dedicado a contenidos de metajuego (vídeos, foros, guías...).



Fuente: Propia (encuesta). Véase epígrafe metodología.

El análisis se profundiza haciendo uso de la estadística inferencial (Cea D'Ancona, 2004) para explorar, mediante correlaciones bivariadas de Pearson (Sánchez-Carrión, 1989; Cea D'Ancona, 2004), la posible existencia de asociaciones entre una serie variables. En primer lugar se pone en relación la variable sexo con el número de horas que dedican los jugadores a la consulta de materiales fuera del juego en sí (metajuego o metacultura), como por ejemplo, los vídeos *machinima*.

Figura 8.19. Correlación sexo-horas dedicadas a metajuego de *Diablo III*.

Correlaciones

		¿Cuántas horas diarias dedicas a Diablo III fuera del juego (foros, guías, vídeos, tutoriales, noticias relacionadas...)?	Sexo
¿Cuántas horas diarias dedicas a Diablo III fuera del juego (foros, guías, vídeos, tutoriales, noticias relacionadas...)?	Correlación de Pearson	1	-,056
	Sig. (bilateral)		,126
	N	819	760
Sexo	Correlación de Pearson	-,056	1
	Sig. (bilateral)	,126	
	N	760	761

Fuente: Propia (encuesta). Véase epígrafe metodología.

Un resultado de **-,056** en el coeficiente de determinación de Pearson (subrayado en amarillo en la imagen) indicaría la inexistencia de correlación entre ambas variables, o dicho de otro modo, no existiría relación alguna entre el hecho de ser hombre o mujer y generar más o menos contenidos *machinima* (o de otros tipos). Sin embargo cuando ponemos en relación el tiempo directo que dedican los jugadores a jugar a *Diablo III*, con el tiempo que dedican estos a consultar y/o producir materiales audiovisuales, obtenemos datos sorprendentes (véase siguiente imagen).

Figura 8.20. Correlación horas de juego-horas dedicadas a metajuego de *Diablo III*.

Correlaciones

		¿Cuántas horas diarias dedicas a Diablo III fuera del juego (foros, guías, vídeos, tutoriales, noticias relacionadas...)?	¿Cuántas horas diarias juegas de media a Diablo III?
¿Cuántas horas diarias dedicas a Diablo III fuera del juego (foros, guías, vídeos, tutoriales, noticias relacionadas...)?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 819	.412 819
¿Cuántas horas diarias juegas de media a Diablo III?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.412 819	1 821

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Propia (encuesta). Véase epígrafe metodología.

Un coeficiente de correlación de Pearson de 0,412 nos indicaría la existencia de una correlación positiva o directa entre las variables testadas. ¿Qué implicaciones tiene este hecho? La correlación es estadísticamente significativa ($p\text{-valor} < 0,01$), y por tanto se acepta la hipótesis de que existe una correlación entre el tiempo de juego y el tiempo de dedicación a la consulta y producción de vídeos *machinima*. Dicho de otra manera, cuanto mayor es el tiempo que un jugador dedica a *Diablo* (jugando directamente al juego online), mayor será el tiempo que empleará también en la producción o consulta de vídeos *machinima*. Con los datos obtenidos se puede afirmar que a medida que un jugador tiende a ser más *hardcore* en el sentido clásico del término (entendiéndolo exclusivamente por horas de juego jugadas) será a su vez más fecundo en la producción de materiales *machinima*. Este hecho desmonta algunas de las creencias clásicas que consideran a los jugadores más instrumentales como individuos que no se encuentran muy interesados en la producción de contenidos generados por el usuario (Wirman, 2009). Aunque la productividad

instrumental⁵³ se asocia comúnmente a un estilo de juego eficiente y eficaz (Wirman 2007, Albrechtslund 2010), este tipo de productividad es mucho más compleja de lo que usualmente se sugiere. Esta complejidad también señala el hecho de que los placeres de juego son muchos, y que incluso los jugadores "hardcore", o más puramente "instrumentales", no renuncian al uso de los dispositivos retóricos expresivos, tanto en su rol de generadores de contenido como en su faceta de comunidad receptiva.

Sin embargo, si algo ha quedado claro revisando la producción de los materiales mencionados es que la producción de contenido generado por el usuario no es vertical (*top-down*), sino que responde a lógicas temporales de intereses, experiencias y mediaciones reticulares (Latour, 1994; Lasén 2012). Como se puede observar en las citas extraídas de las entrevistas que se ofrecen a continuación, los jugadores de *Diablo III* gestionan y articulan la producción y consulta de contenidos en función de las fases en las que se encuentra el juego; siendo la etapa inicial de lanzamiento del *Diablo*, o tras la introducción de parches que modificaban las mecánicas de juego, el momento de mayor interés hacia los contenidos más puramente instrumentalizados. Los jugadores en su intensa búsqueda de la cotidianeidad y la rutina (Goffman, 1959, 1979; Garfinkel 1968a, 1972), así como de una mayor competitividad, se centran en la consulta o creación de contenidos utilitaristas (a fin de lograr un mayor dominio y control sobre la realidad lúdica). Por otro lado, una vez que los jugadores ya se encuentran familiarizados y cómodos con el entorno, rutina y prácticas de juego, sus intereses, respecto al contenido generado por el usuario, viran hacia la consulta o creación de otro tipo de materiales más expresivos o no tan puramente instrumentalizados (parodias, *machinima*, *fan art*...).

“Sí, vale, ya me acuerdo. Sí, pues al empezar a jugar a Diablo, la verdad es que con la alta dificultad que tenía el juego, sí que me metía mucho a

⁵³ Albrechtslund entiende la productividad instrumental como "textos que ofrecen herramientas para un juego más eficaz" (2010, 114), como bases de datos, guías o tutoriales, mientras que Wirman define la productividad como expresiva como aquellas "actividades que no favorecen directamente el juego o partes esenciales de éste" (2010, 114), tales como vídeos *machinima*, *fan fiction* o representaciones estéticas.

foros para buscar un poquito ayuda, porque me quedaba muchas veces bloqueado en algunos sitios, en algunas fases del juego porque era realmente complicado y buscaba ayuda. Y la verdad que interaccioné bastante al inicio, vamos, el primer mes, dos meses de juego sí que...sí que utilicé los foros”. (Entrevista n^o: 2. Hombre, 24 años, Leganés).

“Siempre he visitado algunos foros, guías...y tal, pero según en qué momento me interesaban más una serie de cosas que otras. Pues por ejemplo, a ver... al principio, cuando no me enteraba de nada de la historia y tal, pues sí que recuerdo que consultaba muchísimo este tipo de páginas, los foros y guías digo, y es esto, es decir..., varios hilos del foro oficial, vídeos guía y demás...Como no había jugado a los juegos anteriores de Diablo, pues el I, el II...pues era como que me había perdido parte de la trama y recurría a este tipo de lugares para informarme, tener un mayor conocimiento de lo que era el mundo de Diablo, los objetivos...la historia en definitiva ¿no? y así un poco cubrir ese déficit que tenía. Y eso, me podía tirar varias horas viendo este tipo de cosas y tal... Pero vamos, luego ya lo que sobre todo consultaba eran foros para ver cosas más relacionadas con las mejoras del personaje, pues por ejemplo, qué habilidades ponerle a la maga, objetos recomendados... o lo que sea...” (Entrevista n^o: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

“En foros preguntaba sobre todo al principio cuando era mucho más complicado. Ehh... Cómo conseguía avanzar la gente, ibas preguntando en foros y eso...Pero dentro de la misma página de Blizzard, yo poco lo he usado. Yo siempre generalmente foros externos y eso...” (Entrevista n^o: 10. Hombre, 25 años, Madrid).

“No, no, participaba, participaba...no asiduamente, pero sí que comentaba algunas cosillas, o preguntaba dudas y tal más específicas de mi personaje, cosas en las que quizás mi novio no tenía tanta idea...Y luego lo demás, pues ya era más visitante, pues vídeos que te pasaban los veías, algunos eran en plan coña y gracias y tal...y bueno, le podías

dar a favoritos o me gusta, pero era más...pues verlo sin más, no tanto comentar como en los foros o comunidades”. (Entrevista nº: 7. Mujer, 20 años, Toledo).

A modo de resumen del análisis realizado, una mayor dedicación en horas a jugar a *Diablo III* parece implicar un mayor compromiso con la producción de vídeos *machinima* (así como de otros materiales generados por los usuarios/audiencias). Lo cual nos lleva a la conclusión de que los jugadores que más tiempo invierten en el juego (*hardcore*) son los más implicados, no únicamente con el producto (videojuego) que nos ofrecen los diseñadores, sino también con las prácticas de juego emergentes que surgen en torno a él (generación online de vídeos, foros, guías...) fuera del juego en sí. Esto demuestra empíricamente que los jugadores tienen una capacidad de agencia mucho más potente de lo que podrían aparentar inicialmente. La práctica de consumo de un videojuego no se agota en sí misma, sino que es reconstruida y reinterpretada continuamente por la comunidad de jugadores, tanto en términos de prácticas como en significados. Los jugadores y audiencias reclaman su papel como nuevos creadores y productores de contenido (Taylor, 2006; Wirman, 2007; Albrechtslund, 2010) y se esmeran en romper la lógica clásica de relaciones de poder existentes entre el diseñador-jugador (Salen y Zimmerman, 2004); unas relaciones jerarquizadas (*top-down*) que gracias a las prácticas emergentes surgidas empiezan a ser más difusas y horizontales bajo una lógica de agencia compartida (Latour, 1998; Hjorth, 2011, Lasén, 2012) y de intercambio de conocimiento colectivo (Jenkins, 2006, 2009). Más allá de lo subversivo (como los vídeos *machinima* en origen) los jugadores hacen valer su capacidad de agencia creadora. *YouTube* (y otras redes) se convierten, de este modo, en un lugar donde los refuerzos, discrepancias y controversias emergen; un lugar donde la agencia compartida (Latour 2005, Lasén 2012) queda patente dejando una huella digital en forma de contenido, identidades, culturas compartidas e inscripciones; donde la narración se construye de forma conjunta entre distintos actores humanos y tecnológicos (*software, hardware, fans, YouTube, jugadores, productores...*). Así mismo, hemos observado diferentes procesos de reconstrucción, *remediación* y re-negociación colectiva de las narrativas, donde

éstas son sometidas a procesos de descomposición y re-ensamblaje. Estos procesos deconstruyen la narración original y a través de interacciones narrativas (producidas vía comentarios) vuelven a reconfigurar las realidades de ésta. Otro de los fenómenos interesantes observados, es la existencia de una lucha por la hegemonía discursiva en el campo que se visibiliza a través de dos canales principales: la expresión de apoyo o rechazo a una postura a través de un comentario-respuesta explícito; o a través del voto, positivo o negativo, en la opción (botón) "me gusta/no me gusta"⁵⁴ disponible en *YouTube*. De hecho, a medida que se refuerzan o debilitan posturas y opciones discursivas, el hilo central de la narración se modifica derivando en nuevas realidades conformadas por la comunidad. Cada comentario, voto, discrepancia o videorespuesta, dan cuenta del proceso de construcción social de esta realidad socio-narrativa y lúdica (y de su cultura más amplia).

En conjunto, todos estos vídeos contribuyen a formar el imaginario colectivo y la cultura de juego de la comunidad de *Diablo*, donde el proceso de diálogo y negociación entre los distintos agentes pueden ser trazado y rastreado. Las narraciones de los jugadores tienen una dimensión social que se manifiesta en la elección de estrategias estéticas que apelan al repertorio compartido de la comunidad (Tosca, 2003; Garfinkel, 1968a). No es posible comprender la generación de contenido por parte del usuario fuera de la realidad del contexto socio-cultural donde se halla inmersa.

Para finalizar el capítulo, haremos alusión a la siguiente cita, referida al tiempo de dedicación invertido en el UGC, que resume de una manera muy interesante la pertinencia del estudio del contenido generado por el usuario. La cita mencionada explicita un fenómeno que ha sido previamente percibido a raíz de la observación y el análisis de la encuesta, y es que en ocasiones, el contenido generado por el usuario puede recibir una mayor atención por parte de los jugadores que el propio juego en sí (curiosamente este fenómeno no se ha explorado apenas en los *games studies*). Otro tipo de contenidos generados por

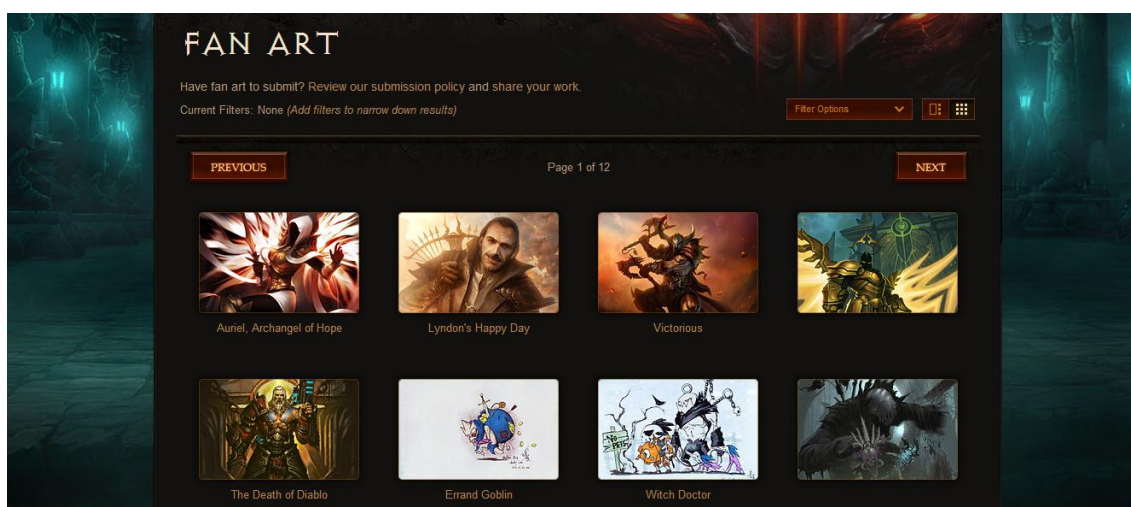
⁵⁴Véase Fig. 3, esquina inferior derecha. Total de votos positivos (pulgar hacia arriba) y negativos (pulgar hacia abajo).

Capítulo 7. La cultura de juego en *Diablo III*. Agencia, emergencia y contenido generado por el usuario.

el usuario expuestos en este capítulo, y que son susceptibles de futuros análisis, contribuyen a conformar la cultura de juego.

“Pues muchas veces casi más que a jugar. Porque, claro, yo juego con el sobremesa... pero muchas veces, yo trabajo con el portátil...entonces, pues eso...muchas veces por no encender el sobremesa me tiro con el portátil en la cama y me pongo a ver como juegan otras personas. Y sí...pues no sé... A lo mejor... Mmmm..., media hora, cuarenta minutos diarios, podría ser...” (Entrevista nº:9. Mujer, 23 años, Getafe).

Figura 8.21. Ejemplos de fan art (ilustraciones y dibujos) realizados por jugadores de *Diablo* expuestos en el sitio web oficial de la comunidad de Blizzard.



Fuente: <http://us.battle.net/d3/en/media/fanart/?page=1>

Capítulo 7. La cultura de juego en *Diablo III*. Agencia, emergencia y contenido generado por el usuario.

Figura 8.22. Ejemplo de wiki realizada por los jugadores de *Dablo III* en el fan-site *Diablo3-esp*.

Diablo3-esp WIKI

Página [Discusión](#) Leer Ver fuente Ver historial Buscar

<< 924 páginas rellenas | 3.152 fans han compartido su sabiduría | 2.791.206 visitas totales >>

Lista de materiales legendarios

Esta guía de materiales es original de [Diablofans](#) hecha por el usuario [Angzt](#). La versión original en español es obra de [Ekka](#), publicada también en el foro oficial de [Blizzard](#).

Tasa de caída

Normal	Difícil	Experto	Maestro	Tormento I	Tormento II	Tormento III	Tormento IV	Tormento V	Tormento VI
15%	18%	21%	25%	31%	37%	44%	53%	64%	77%

Materiales para fabricación de objetos legendarios

Material	Lugar	Enemigo	Utilizado para
Aguilón Brillante	<ul style="list-style-type: none">Acto I: Sótano Lógrego (Camino a la Antigua Tristán)Acto I: Sótano Enmohecido (Camino a la Antigua Tristán)Acto III: Mazmorras de la Fortaleza Nivel 1	<ul style="list-style-type: none">Sarkoth (Maligno con Púas)Gorathra (Maligno con Púas)Thornback (Maligno con Púas)	Proyectil Desatado
Alma Capturada	Acto III: Mazmorras de la Fortaleza Nivel 2	Aloysius el Fantasmal (Descuartizador de almas)	Persuasor de Lay Yui
Alma Fustigada	Acto I: Tierras altas del Sur	Lorzak el Poderoso y Stehlinrath (Chamán Khazra)	Juramento Sombrio Viviente
Asilla de roble blanco	Acto I: Arboleda solitaria (Campos Yermos)	Anciano (ánima del bosque)	Fuerza de rozpadin

Fuente: http://www.diablo3-esp.com/wiki/Lista_de_materialeslegendarios

Figura 8.23. Ejemplo de ilustración realizada por un fan de *Diablo III* en la red social *DeviantART* con motivo del lanzamiento de la expansión de *Diablo (Reaper of Souls)*. Dicha ilustración remedia el estilo de Disney (*La bella Durmiente*) en *Diablo*.

deviantART

Deviant Login Shop

Join deviantART for FREE Take the Tour

Share Share Tweet Pin

DIABLO REAPER OF SOULS FAN ART CONTEST

VIEW WINNERS

More from breathing2004

circle of reaper by breathing2004

Contests / 2014 / Diablo III - Reaper of Souls ©2014 breathing2004

Fuente: <http://www.deviantart.com/art/circle-of-reaper-435922921>

Figura 8.24. Ejemplos de cos-plays (disfraces) realizados por jugadores para asistencia a convenciones de fans.



Imagen: 1. Ejemplo del Cosplay grupal ganador inspirado en *Diablo* en el salón del cómic de Barcelona (2014).



Imagen: 2. Ejemplo de cosplay que representa a una maga y una guerrera de *Diablo III*.

Fuente imagen 1: <http://www.koi-nya.net/2013/11/07/ganadores-de-los-concursos-de-cosplay-internacionales-del-xix-salon-del-manga-de-barcelona/>

Fuente imagen 2: <http://www.themarysue.com/diablo-iiis-kickass-character-models-a-tribute-in-cosplay>

CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES

CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES

1. Conclusiones, hallazgos y resultados.

El trabajo aquí presentado, más que ser un proyecto cerrado en sí mismo, abre nuevas e interesantes líneas de investigación en el ámbito del *gaming*, y más ampliamente, en el campo de las prácticas lúdicas, tecnologías interactivas y culturas populares (Hjorth, 2011). El considerable potencial de explotación de toda la serie de datos e información recabada¹ a través del trabajo de campo posibilita la futura continuación de nuevas vías de indagación con el material aún no empleado (además también se espera que pueda ser retomado² o servir como fuente de inspiración para otros investigadores). Pese a que los estudios de caso en profundidad pueden servir para iluminar procesos sociales más amplios, el gran potencial de este proyecto, centrado en los jugadores españoles de *Diablo III*, radica en desentrañar las prácticas y significados actuales de las culturas locales y participantes en contextos lúdicos y cotidianos de interacción.

Según Taylor (2008) gran parte de los estudios realizados en el ámbito de los *games studies* se han centrado en unos pocos juegos, y a partir de eso, se ha tendido a teorizar y generalizar, en función de esto propone una mayor diversidad de juegos como estudios de caso. Por otro lado, Quandt et al. (2014b) recuerdan como la mayor parte de los análisis sobre jugadores han provenido de la industria privada. Sin embargo, más allá de contribuir en dicho sentido, este trabajo no sólo aboga por aportar una mayor variedad de muestras y estudios de caso, sino por incrementar simultáneamente las aportaciones, sensibilidades y matices

¹ Principalmente materializados en el diario de campo, base de datos de encuesta online y transcripciones de entrevistas en profundidad (así como análisis previos y planteamiento de hipótesis e ideas aún no testadas).

² Pese a que una parte significativa de la información cuantitativa recopilada no ha podido ser aprovechada para este proyecto (aunque se producirá una futura exploración en artículos y trabajos venideros) la totalidad de las tablas y gráficos se publican en el anexo para contribuir a la difusión del trabajo realizado y conocimiento obtenido (a través de licencia libre, *creative common*).

culturales provenientes de un trabajo realizado desde el ámbito español³ (*Diablo III* socialmente situado).

En breve referencia a las cuestiones metodológicas, el esfuerzo realizado ha de ser entendido como un *collage* de distintas percepciones, sensibilidades y subjetividades que componen un panorama o visión particular que emerge de un ejercicio artesanal, reflexivo⁴ (Clifford y Marcus, 1986), creativo, flexible (Becker *et al.*, 1961) e interpretativo (Boellstorff, Nardi, Pearce, Taylor y Marcus, 2012). La triangulación metodológica se ha mostrado en la práctica como una decisión muy funcional y oportuna, que ha sabido dar respuesta a las demandas y dificultades surgidas en el diseño y desarrollo del proyecto respondiendo convenientemente a los interrogantes planteados.

Aunque el círculo mágico podía parecer a priori un armazón sacrosanto (Castronova 2005), infranqueable o impenetrable, la evidencia empírica ha demostrado que en la práctica es altamente poroso. Las concepciones clásicas de presencia⁵ se desdibujan en el difuso tránsito constante entre espacios, escenarios y experiencias de juego. La noción de co-presencia visibiliza cómo los jugadores se mueven entre diferentes espacios lúdicos y cotidianos imbricados. En línea con Licoppe (2004) o Hjorth (2014) las categorías binarias⁶ tradicionales, por tanto, serían poco adecuadas para el análisis y descripción de las prácticas de juego en los entornos y contextos de la cotidianeidad.

³ Asimismo, es preciso enfatizar que la aproximación al campo se realizó entendiendo la observación como una lente, una particular disposición de la mirada (Simmel, 1908, 1917; Alonso, 1998) o un marco creativo e interpretativo que iba más allá de una técnica (Clifford, Marcus, 1986; Horst, Hjorth y Tacchi, 2012), y que reflejaba unas sensibilidades culturales particulares y concretas del contexto español.

⁴ Véase noción de reflexividad en el apartado metodológico (capítulo IV).

⁵ A través de la noción de ambiente, Hjorth (2014) se refiere a las travesías de las prácticas y experiencias lúdicas, que en continuo movimiento, se trasladan dentro y fuera de las difusas barreras de los escenarios de juego. De este modo, hablaríamos de una co-presencia de espacios y lugares (donde se reflejan matices y fenómenos culturales más amplios).

⁶ Las categorías dicotómicas clásicas (binarios) como: público/privado, online/offline, región anterior/posterior se difuminan y se vuelven progresivamente más borrosas e imbricadas (convenciones y eventos de jugadores, quedadas en espacios privados y públicos, juego a través de distintos dispositivos que entrelazan espacios, temporalidades y prácticas...). Así mismo, las líneas entre los diferentes dispositivos tecnológicos (consolas, móviles, aplicaciones, dispositivos de autenticación), lugares y escenarios, son cada vez más difusas y superpuestas.

Cualquier discusión sobre los videojuegos y la práctica lúdica ha de ser sensible a los contextos de consumo y actuación (Newman, 2010), lo que implica reconocer que el análisis sociológico de las actividades ordinarias ha de estar culturalmente situado (Garfinkel, 1968a). El juego es una actividad compleja que se manifiesta de múltiples formas (público, privado, negociado, individual, colectivo...), por tanto, puede tener muy distintos sentidos y significados en función de los ámbitos socioculturales más amplios donde se diseña, distribuye y practica⁷ (Ermi y Mäyrä, 2005; Ravaja, 2006; Taylor, 2007; Mäyrä, 2009). Es preciso remarcar las limitaciones de los conocidos como estudios globales (*global studies*) ya que las particularidades de los diferentes contextos y espacios de actuación (diversos y entrelazados) imposibilitan hablar de prácticas globales⁸ (Taylor, 2006; Pearce, 2009; Hjorth, 2011).

Goffman⁹ (1974) traza la idea de que los diferentes roles y papeles que interpretamos están en constante cambio y movimiento en función del contexto o escenario dramático. Cuando accedemos a un espacio de juego nos vemos afectados por conjuntos de normas y sanciones sociales diferentes a los que podemos tener en otros espacios o escenarios de nuestra vida cotidiana. Las alteraciones o perturbaciones de las convenciones y marcos de interpretación (Huizinga, 1954; Garfinkel, 1968a) son especialmente sancionadas por los jugadores más experimentados, quienes tienen más interiorizados los mecanismos de interacción y performatividad¹⁰.

⁷ No podemos separar las prácticas y jugadores de los contextos socioculturales más amplios donde se enmarcan o inscriben. Por ejemplo, las diferentes lecturas simbólicas que se hagan del videojuego son todas igual de válidas o respetables, desde el jugador que contribuye en foros o guías y está altamente implicado, hasta el coleccionista que adquiere *Diablo III* sin necesidad de jugarlo; en ambos casos, hablaríamos de producción de significados (aunque de muy diferentes tipos).

⁸ Dado que las prácticas y experiencias de juego varían enormemente en función de los contextos y marcos de interpretación que son empleados en dichas situaciones no es recomendable hablar de prácticas globales.

⁹ Inspirado por Goffman (1959), quien considera que la vida cotidiana puede ser entendida como un teatro en el que las personas representan papeles que les han sido adjudicados (lo más importante es interpretar correcta y creíblemente el papel, ya que el *self* es sumamente frágil, vulnerable y puede ser destruido durante la representación). Los individuos actuantes, en el momento de la interacción social, se esfuerzan por manejar las impresiones de tal modo que manipulen la definición e interpretación de la acción en su interés

¹⁰ Asimismo, es importante recordar que las diferentes metáforas goffmanianas de interacción (drama, rito, juego y marco), se despliegan y operan simultáneamente (Lemert y Branaman, 1997) pese a que sus manifestaciones y resultados varían grandemente en función de la experiencia previa con el dispositivo.

El perfil y los intereses de los videojugadores españoles de *Diablo III* han resultado mucho más diversos y complejos de lo que cabría esperar en un inicio (existencia de perfiles sustancialmente variados y heterogéneos). Sin embargo, aún persisten una serie de prejuicios y estereotipia negativa que se manifiesta en desaprobaciones y sanciones sociales en la vida cotidiana, si bien, este tipo de elementos comienzan a reducirse dada la progresiva implantación y ubicuidad del juego. Asimismo, otro de los mitos más extendidos referente a los jugadores de rol ha quedado fuertemente cuestionado: los videojuegos de rol no serían, ni mucho menos, una cosa de niños.

Las prácticas y actuaciones de juego no son, en ningún caso, lineales, sino que responden a otras lógicas de tipo más reticular en las que los jugadores se mueven entre distintos dispositivos y espacios (Hjorth, 2014), rescatando y reconstruyendo prácticas, experiencias y artefactos presentes y pasados.

Se observa una fuerte correlación entre haber adquirido el juego en el momento de su lanzamiento y tener experiencias previas con otros títulos pasados de la saga. Los jugadores acumulan relaciones y experiencias diversas en sus prácticas con los dispositivos lúdicos (Hjorth, 2011), transportando y migrando marcos de interpretación¹¹ y repertorios compartidos por la comunidad (Tosca, 2009) que contribuyen en la generación de la cultura de juego de *Diablo III*.

Acceder a la realidad de las mujeres en *Diablo III* no ha resultado nada sencillo. Un número limitado de jugadoras (Corneliussen y Rettberg, 2008), junto a una densa carga de prejuicios, roles adscritos e inercias, han distorsionado y dificultado grandemente la comprensión del público femenino. Fundamentales para el entendimiento de los videojuegos de rol, pero tradicionalmente invisibilizadas e infrarrepresentadas (Cassel y Jenkins, 2000; Corneliussen y Rettberg, 2008) las videojugadoras han supuesto todo un reto en esta investigación. Frente a la creencia popular, el género rol de acción también

¹¹ Es muy importante reconocer los diferentes esquemas de interpretación y comprensión común, ya que sin dichos marcos los jugadores se encuentran perdidos y desorientados (los jugadores buscan la comprensión de dichos esquemas y la rutina de juego, que es organizada y organizadora).

arrastra a jugadoras experimentadas, y de hecho, su compromiso y fidelidad es también bastante alto. Asimismo, la cada vez más temprana incorporación de las mujeres a la práctica del videojuego probablemente tienda en un futuro a aumentar el peso porcentual de videojugadoras experimentadas, tendiendo a una equiparación progresiva entre ambos sexos.

Pese a la reducida presencia de mujeres en el servidor no podemos hablar de la existencia de una brecha digital de género, ya que no se trata de desigualdades de acceso a las tecnologías implicadas (videojuegos, ordenadores, plataformas, Internet, etc.). Las jugadoras parecen decantarse más por otras temáticas de videojuegos. No existe una desigualdad en el acceso, sino que se trata más de una diferencia en los gustos e intereses. Asimismo, se confirma que las jugadoras de *Diablo* tienen una mayor tendencia que los hombres a acceder a los videojuegos a través de familiares cercanos y amigos (especialmente a través de la pareja¹²).

Según las estadísticas recopiladas por Egenfeldt-Nielsen et al. (2012) las mujeres juegan menos horas y están menos comprometidas que los hombres, sin embargo, el tiempo medio invertido en el juego diariamente es muy similar entre varones y mujeres. También es cuestionable la creencia de que los hombres gastan más dinero en esta actividad que las jugadoras de *Diablo III*.

Desde un acercamiento al género que nos devuelve a las relaciones cotidianas, he tratado de evidenciar la existencia de prejuicios y comportamientos sexistas enclavados en la cultura patriarcal más amplia donde el juego toma lugar. El sexismo está aún extendido en el servidor español de *Diablo*, concretamente se han encontrado dos formas comunes de resistencia y discriminación de género basadas en la defensa de un espacio de homosocialidad (reservado en exclusiva a los varones) y una identidad *gamer* de raíces y bases machistas (donde la progresiva inclusión de perfiles heterogéneos ha erosionado la identidad clásica

¹² De hecho, algunos hombres introducen a sus novias en los espacios de juego con una finalidad puramente instrumental, empleando a sus respectivas parejas como farmeadoras para avanzar lo más rápida y exitosamente posible en el transcurso del juego.

que ocupaba una posición predominante y hegemónica). Cuando las jugadoras se oponen a los mecanismos de dominación existentes, la reacción de los jugadores es muy hostil. De este modo, parece que cuando las mujeres cuestionan las estructuras de poder hegemónicas, los mecanismos más sutiles e implícitos de dominación se manifiestan y se hacen mucho más patentes y visibles.

En lo que a plataformas se refiere, la creencia de que las jugadoras tienen una preferencia por los dispositivos domésticos de juego ha resultado discutible.

Parece evidente que aún queda mucho camino por recorrer en lo que a género y videojuegos se refiere. Las contribuciones realizadas en este trabajo revelan como algunas de las asunciones más asentadas en el campo son cuestionables o inciertas. Pese a que se han logrado grandes avances en lo referente a diseños y representaciones más inclusivas (introducción de avatares femeninos), la industria ha intentado atraer a las mujeres reproduciendo estereotipos y roles de género poco acordes con la realidad existente, reforzando unos ideales sesgados de masculinidad y feminidad.

En cuanto a los estilos de juego, he tratado de redefinir las nociones y herramientas clásicas de medición, cuestionando los criterios de clasificación existentes. El nuevo modelo propuesto de análisis de los estilos de juego, basado en la implicación, incorpora todo el tiempo dedicado al contenido generado por el usuario. Dicha herramienta parece resultar mucho más operativa y reflejar más satisfactoriamente la amplia diversidad de estilos y prácticas de juego. Consiste en una tipología más inclusiva y sensible a los diferentes intereses y contextos que combina tanto el tiempo invertido directamente en el juego como en el universo emergido en torno a él.



Los datos recopilados han contradicho la extendida creencia que asocia el perfil de jugador de rol a un estilo de juego extremo, intensivo o *“hardcore”*. De hecho, el perfil de jugadores de este tipo es relativamente minoritario dentro de la comunidad (22,54% del total). Asimismo, existe una clara preferencia por la cooperación frente a la competición (46% frente a 17%), desmontando el imaginario social que asocia a los videojugadores de rol online como sujetos extremadamente competitivos e individualistas. Pese a todo, la dicotomía cooperación/competición (así como otros binarios) no han resultado muy operativos en la práctica. Las barreras entre cooperación y competición son mucho más difusas de lo aparente, no siendo en ningún caso incompatibles y solapándose con experiencias, contextos e intereses diversos.

También las distinciones clásicas de productividad expresiva e instrumental han resultado muy problemáticas (Taylor, 2006; Puente y Tosca, 2013c; Hjorth, 2014). La separación entre jugadores instrumentales y expresivos es altamente compleja, poco nítida y no ha resultado muy operativa en el caso de

los jugadores de *Diablo III*. De este modo, los datos recopilados parecen poner en cuestión los modelos reduccionistas basados en la acción expresiva e instrumental, donde hasta el más instrumental de los jugadores se vale de los recursos y acciones expresivas -y viceversa- (sin existir una incompatibilidad)

Los diferentes estilos de juego encontrados han resultado mucho más diversos y dinámicos (Taylor, 2006; Mäyrä, 2009) de lo que la literatura (Wirman, 2009) y los medios tienden a suponer. Aunque las hipótesis iniciales esperaban encontrar unos estilos de juego mucho más homogéneos, consistentes o definidos, los datos recabados han conformado una compleja y diversa fotografía que cuestiona unos modelos simplistas que no encajarían con lo hallado en *Diablo III* (donde los jugadores combinan competición/colaboración y expresividad/instrumentalidad). Asimismo, las categorías de estilo de juego no son estáticas, sino que las motivaciones y hábitos van cambiando en función del tiempo, contextos, experiencias y mecánicas de juego.

La vinculación de los trucos (*cheats*) con jugadores *hardcore* ha sido un total error. La equiparación del empleo de trucos con *power gamers* -como ejemplos de estilos que perturban y corrompen el espacio de juego- es inapropiada y poco fecunda. La mayoría de los usuarios son contrarios a consentir que se realicen trampas y se acabe con la “magia” del juego (Huizinga, 1954). Penalizar a los jugadores que han infringido reglas y utilizan *cheats* parece fundamental para mantener la estructura y el atractivo del juego. Asimismo, cuando alguien se desvía de las normas establecidas resulta una disfunción en los espacios de interacción; que puede derivar en castigos, desasosiegos, inestabilidad o conflictos. De este modo, los usuarios de *Diablo III* en su mayoría parecen rechazar el *cheating* y las prácticas de juego desviado (*grief play*). Pese a todo, es común encontrar ciertos jugadores que utilizan estrategias desviadas o trucos para ganar competitividad, sin embargo, tratan de encubrirlo o mantener las apariencias para evitar represalias (salvo en el caso de los jugadores trol).

Los avatares rearticulan los modos en que los jugadores actúan en público¹³ (Goffman, 1959), a la vez que constituyen sistemas de mediación, inscripción y controversia. Los datos recopilados revelan una fuerte insatisfacción con las opciones de personalización del avatar (casi un 59% del total afirma sentirse poco satisfecho). Las jugadoras especialmente reclaman representaciones más acordes a la realidad cotidiana, frente a las opciones hipersexualizadas. Por otro lado las clases asociadas a la fuerza bruta, tienden a ser seleccionadas bajo un avatar masculino, mientras que los personajes asociados a habilidades de combate más estratégicas o a distancia, tienden a ser elegidos en versión femenina. Adicionalmente, las jugadoras se sienten más identificadas con este segundo estilo de juego (estrategia frente a fuerza bruta). Por otro lado, las nociones e idearios de masculinidad y feminidad condicionan no sólo la apariencia o representación de los avatares, sino que implican una adopción de roles o actitudes esperadas que se visibilizan a través de las habilidades, capacidades y actuaciones.

Las elecciones que se realizan en el momento de seleccionar aspectos como el *nickname* (apodo) o los objetos y equipo, son claves a la hora de interpretar los papeles y el manejo de las impresiones (Goffman, 1959). Los nombres que eligen los jugadores constituyen uno de los primeros signos de identidad que, una vez elegidos, perduran y siempre están visibles (Hagström, 2008; Pearce, 2009). Asimismo, pueden llevar un bagaje biográfico y comportarse como marcadores de nuestra experiencia vital o subjetividad. Por otro lado, para evitar sanciones sociales, los apodos tienen que ser culturalmente apropiados.

Durante la fase de exploración y familiarización (primer contacto con el juego), se visibiliza cómo los jugadores ansían o buscan activamente la ritualización de las prácticas que ordenan y estructuran las situaciones de interacción lúdica¹⁴. Combate, comercio, exploración o interacción responden

¹³ Los avatares utilizados condicionan la manera en la que los sujetos se relacionan e interactúan con los demás. De acuerdo a Taylor (2006) no sólo te diriges a la audiencia de un modo determinado, sino que ellos también se dirigen a ti de un modo distinto.

¹⁴ Los jugadores se sienten perdidos o desorientados ante el desconocimiento de normas y ritos buscando la cotidianeidad.

a complejos sistemas organizados donde se renegocian jerarquías y relaciones de poder. Los órdenes normativos ritualizados en anteriores títulos de la saga se comportan como resortes de resistencia que rápidamente revelan las inquietudes de algunos jugadores a perder las posiciones de privilegio que detentan.

La práctica lúdica nunca es neutra, sino que implica la adopción de unas técnicas y modos corpóreos que re-educan las subjetividades y los cuerpos de los individuos, suponiendo la interiorización de unas posturas y posiciones concretas (qué teclas tengo que presionar, cómo tengo que mover el ratón...) que disciplinan y reconfiguran progresivamente el cuerpo.

El medio constituye una herramienta o espacio que posibilita a los jugadores la inmersión en un escenario dramático de acuerdo al cual se han de adaptar los papeles interpretados; tiene que existir una cierta coherencia entre el escenario o medio y los papeles actuados dramáticamente (Goffman, 1959). De este modo, el medio que articula las experiencias de interacción y práctica, configura un escenario teatral con unas expectativas sociales adscritas¹⁵, dota de sentido al círculo mágico (Huizinga, 1954) y reconstruye las experiencias de *gameplay* (Salen y Zimmerman, 2004; Juul, 2005; Bayliss, 2007).

Las observaciones recopiladas me inclinan a pensar que existe un fuerte consenso respecto a lo altamente repetitiva que resulta la historia y los objetivos de *Diablo III*, lo que lleva a perder el interés y es objeto de fuertes críticas por los usuarios (perjudicando gravemente a la interpretación de papeles, experiencia de inmersión y al círculo mágico).

En muchas ocasiones en que se produce una comunicación vía online, una pequeña parte de la región posterior es revelada a la audiencia a través de dispositivos visuales o de audio (micrófono, webcam...), obligando a los jugadores a ser celosamente cautos y exponiéndoles a una situación de significativa

¹⁵ Las expectativas sociales determinan qué tipo códigos de conducta son los más apropiados en cada caso, y de estos códigos, se deriva un complejo conjunto de directrices que los individuos toman para crear y asumir un papel en particular, que posteriormente debe ser actuado (interpretado) acorde a lo socialmente establecido.

vulnerabilidad. Los sujetos actuantes deben evitar deslices que puedan debilitar el manejo de las impresiones¹⁶. Para ello, utilizan una serie de estrategias para proteger las impresiones cuando un extraño interfiere en la región posterior.

- 1) Búsqueda de la complicidad o apoyo de la audiencia, apelando a comprensiones comunes y acuerdos compartidos (Garfinkel, 1968a; 1972).
- 2) Simular, pretender o fingir que la intromisión o “incidente” no ha tenido lugar.
- 3) Apagar repentinamente los dispositivos que permiten la percepción de la región (micrófono o webcam) y reconectarlos una vez que haya pasado la situación de mayor peligro.
- 4) Búsqueda de privacidad en espacios más protegidos, íntimos u ocultos (regiones post-posteriores).

La sociabilidad en el espacio de juego no se refiere meramente a que unos jugadores hablen o interactúen los unos con los otros, sino que es algo mucho más complejo, un entramado de redes, prácticas y actuaciones que se extienden más allá del propio juego en sí (entre lo online y lo offline), y que “*conforman complicados sistemas de confianza, dependencia y reputación*” (Taylor, 2006: 80). Pese a la naturaleza social de la aventura, que implica la interrelación con varios jugadores, a medida que avanza el juego se vuelve más necesaria la conformación de grupos para lograr los objetivos y avanzar en la trama¹⁷.

A la vista de los datos, parece imponerse la idea de que *Diablo III* es un juego eminentemente social (un 61,53% de los jugadores afirman que nunca

¹⁶ Debemos estar preparados para ver que la impresión de realidad fomentada por una actuación es algo delicado, frágil, que puede ser destruido por accidentes muy pequeños” (Goffman, 1959: 67).

¹⁷ En línea con autores como Jakobsson et al., (2003) o Taylor (2007), las asociaciones entre usuarios no sólo convierten la experiencia de juego en algo más divertido o excitante, sino que también facilitan la consecución de logros y recompensan la práctica lúdica.

juegan en soledad). El 56,73% de los usuarios reconocen jugar habitualmente en compañía de amigos previos, mientras que un 31,85% afirman haber jugado con desconocidos en alguna ocasión. Asimismo, el 50,38% aseguran haber entablado alguna amistad vía online en *Diablo III* (de los cuales el 12,32% afirma haber quedado físicamente). Finalmente, la sociabilidad también puede tener algunos efectos negativos o contraproducentes para los jugadores más competitivos¹⁸ ralentizando el avance individual. Por otro lado, algunos de estos usuarios competitivos utilizan elaboradas estrategias de ocultamiento de la información para mantener ventajas competitivas frente al resto.

En cuanto a la agencia y emergencia, los jugadores y jugadoras llevan un tiempo mostrando y reivindicando su papel como agentes transformadores de la realidad socio-lúdica (Taylor, 2006; Pearce, 2006a, 2006b). Sin limitarse a adoptar las normas del juego como dadas, continuamente reinterpretan prácticas, objetivos, sentidos y significados de maneras no siempre previstas por los diseñadores (de manera emergente). Pese a que su capacidad de agencia se halla limitada, dentro de los márgenes de maniobra de los que disponen, los jugadores inventan, actualizan, readaptan o ignoran las prácticas y modos de juego inicialmente programados. Ejemplos como *mods* o reprogramación del código del juego, vías de comercio alternativo, jergas y marcos de comprensión común, boicots a la casa de subastas, redes de solidaridad y ayuda, o producción de contenido generado por el usuario -en las muy diversas manifestaciones que he mostrado-, los jugadores en ningún caso se resignan a actuar como meros consumidores pasivos o sumisos.

Pero los procesos de emergencia cultural no se refieren únicamente a los nuevos usos alternativos de lo previamente existente, sino que también se trata de los no-usos de lo inicialmente diseñado o pre-planificado. Desde la sustitución de la moneda virtual (moneda de oro) por otro tipo de divisa de cambio (anillo soj), hasta la no utilización de ciertos personajes, recursos u objetos (como los bárbaros y los escudos), los no-usos también son una muestra importante de la

¹⁸ Tales como: perder tiempo ayudando o esperando a otros jugadores, limitar los recursos disponibles, renunciar a metas personales...

emergencia cultural.

Los ejemplos mostrados revelan como las prácticas de juego emergente reconfiguran y reinterpretan la realidad de *Diablo*, conformando una subcultura de juego con características propias y genuinas¹⁹ dentro de la cultura más general donde las prácticas y escenarios se hallan insertos. Pero más allá de esto, la cultura de juego no se encuentra limitada dentro de unas barreras nítidas y demarcadas, sino que rebasa las fronteras del propio juego en sí, desbordando los límites del círculo mágico (Huizinga, 1954) y traspasando e inundando otros espacios y prácticas que dotan de nuevos matices a las identidades de los jugadores y a las cultura más amplias en la que el juego toma lugar.

La metacultura (que se manifiesta más allá de los espacios del juego en sí) también reconfigura las experiencias y subjetividades de los diferentes agentes implicados, y a su vez modifica y reconstruye la cultura de juego propiamente presente en los espacios de interacción y performatividad online. Como señalé, las distintas manifestaciones del UGC, como las guías, vídeos *machinima* o *fan fiction*, tienen un impacto directo sobre el desarrollo de lo que ocurre dentro del videojuego. Como señala Taylor (2006), no únicamente las relaciones de primera mano que se producen dentro de los espacios del juego constituyen el mundo social de éste, sino que todo el conjunto de foros, *mods*, guías, bases de datos, *fan art* o historias, contribuyen a que los jugadores se sientan estrechamente vinculados por una comprensión y afectividades comunes, y por tanto, la metacultura debe ser considerada como parte indispensable de la cultura y mundo social del videojuego. Parece claro, entonces, que el juego es creador de praxis creativas que van más allá del simple acto de jugar (Puente y Tosca, 2013a, 2013c). De hecho, en ocasiones, el contenido generado por el usuario puede recibir una mayor dedicación por parte de la comunidad de jugadores y jugadoras que el propio juego en sí.

¹⁹ Por ejemplo, jergas, redes y prácticas específicas exclusivas de *Diablo*...

2. Nuevos interrogantes y futuras líneas de indagación

El lanzamiento en agosto de 2014 de la primera expansión de *Diablo III*, *Reaper of Souls* (así como de otras hipotéticas expansiones), abre el camino a futuras líneas de indagación en el campo²⁰, ahondando en nuevos interrogantes relacionados con las prácticas, escenarios y culturas de juego. Asimismo, el fenómeno *Diablo* está traspasando las propias fronteras del dispositivo y será remediado (Bolter y Grusin, 2000) en otros videojuegos y medios como *Heroes of Storm*²¹ (*Blizzard*), un juego de estrategia que ha incorporado personajes procedentes de otros títulos de gran éxito como *World of Warcraft*, *Starcraft* o el propio *Diablo* (expandiendo aún más las futuras posibilidades de continuación).

Figura 8.1. Imagen de *Heroes of Storm* (*Blizzard*).



Fuente: captura de pantalla de <http://us.battle.net/heroes/es/>

La ambición de los planteamientos teóricos y metodológicos y el alcance de los resultados obtenidos invitan a contribuir con nuevas aportaciones a este campo de creciente importancia. Ahondando con mayor profundidad en las líneas de investigación y herramientas propuestas no sólo comprenderemos

²⁰ Tanto para otros investigadores como para mí mismo.

²¹ Disponible en: <http://us.battle.net/heroes/es/>

mejor las prácticas sociales en los espacios lúdicos de interacción, sino también, las culturas populares y usos de la tecnología más ampliamente. Profundizar en aspectos que no han podido ser desarrollados específicamente en este trabajo –o que lo han sido de una manera más secundaria- puede ser una forma de aprovechar toda la ingente cantidad de información recopilada que no ha podido ser utilizada por el momento. Asimismo, sugiero algunas posibles líneas de indagación potencialmente interesantes y reveladoras.

En primer lugar propongo una profundización en los análisis transculturales y comparativos. Prácticamente inexistentes hasta la fecha, la relativa juventud del campo, junto a la concentración de análisis en unos pocos ámbitos culturales (principalmente anglosajones y escandinavos) ha originado que apenas existan trabajos enfocados en otras realidades socio-culturales como la española. El potencial de exploración en los estudios comparativos es extremadamente alto y necesario. Asimismo, debido a la naturaleza compleja y diversa de los videojuegos, se vuelve muy pertinente la colaboración entre diferentes perspectivas o enfoques presentes en los *game studies*. Por ello, recomiendo y abogo por la aplicación de los hallazgos y herramientas propuestas en estudios multidisciplinares.

Asimismo, otra de las posibles líneas de indagación sea la referente a la migración de usuarios de *Diablo III* entre servidores y juegos online, así como las distintas conexiones entre comunidades lúdicas. Los jugadores transitan entre diferentes espacios, dispositivos y comunidades, por ello, rastrear los diferentes caminos y viajes que realizan los jugadores de *Diablo* puede contribuir a comprender mejor las lógicas que operan en el tránsito de usuarios entre prácticas, culturas y dispositivos.

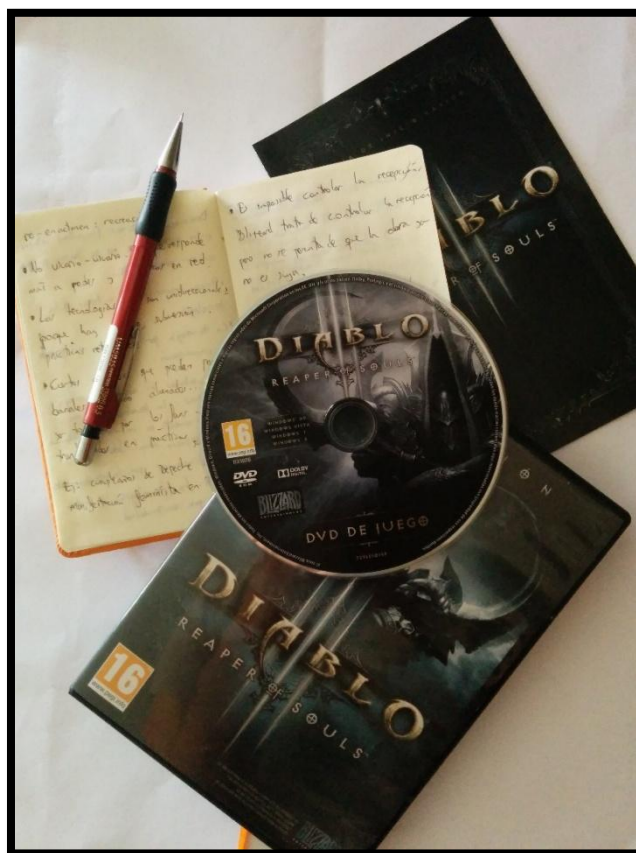
En tercer lugar, aún queda mucho por hacer en lo relativo a las nociones de emergencia cultural, pues aún persiste un fuerte debate en torno a la definición misma de emergencia y a sus posibles implicaciones, límites, alcances y barreras. La emergencia cultural en espacios de juego en red se ha mostrado como un

fenómeno altamente dinámico y subversivo, que constantemente reconfigura los espacios y culturas de juego, y que merece una especial atención.

Por otro lado también puede ser interesante explorar las cuestiones relativas a los avatares y a la muerte virtual en el juego (cómo se gestiona la pérdida cuando operan lógicas de identidad y afectividades con los dispositivos).

Finalmente existen otra serie de cuestiones en las que merece la pena seguir profundizando, pues aún se tratan de aspectos fuertemente estereotipados y de gran relevancia sociológica, como por ejemplo: nuevas formas de expresión y producción de contenido generado por el usuario (más allá de las mencionadas), la variación de perfiles y estilos de juego o las controversias en torno a las cuestiones de género.

Figura 8.2. *Diablo III*. Primera expansión: *The Reaper of Souls* y diario de campo.



Fuente: Propia.

BIBLIOGRAFÍA
Y
LUDOGRAFÍA

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS TESIS

- Aarseth, E. (2008). A Hollow World: World of Warcraft as spatial practice. En Corneliussen, H., Rettberg, J. (Ed.), *Digital culture, play, and identity: A world of warcraft reader* (111-122). Cambridge: MIT Press.
- Aarseth, E. (2007). Investigación sobre juegos: aproximaciones metodológicas al análisis de juegos. En *Jugabilidad: arte, videojuegos y cultura. Artnodes*, 7. Recuperado de <http://www.uoc.edu/artnodes/7/dt/esp/aarseth.pdf>
- Aarseth, E. (2002). Quest Games as Post-Narrative Discourse. En Ryan, M.L. (Ed.), *Narrative Across Media* (361-376). USA: The Johns Hopkins University Press.
- Aarseth, E. (2001). Computer Game Studies, Year One. *Game Studies*, 1, (1). Recuperado de <http://www.gamestudies.org/0101/editorial.html>
- Aarseth, E. (1997). *Cybertext: perspectives on ergodic literature*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Albrechtslund, A. (2010). Gamers Telling Stories Understanding Narrative Practices in an Online Community. En *Convergence*, 16, 112–124.
- Alexander, B.K. (2005). Performance ethnography. The re-enacting and inciting of culture. En Denzin, N.K., y Lincoln, Y.S. (Eds.), *Handbook of Qualitative Inquiry*, (411-441). Thousand Oaks: Sage.
- Alonso, L.E. (1998). *La mirada cualitativa*. Madrid: Fundamentos.
- Aranda, D., Sánchez-Navarro, J. (2009). *Aprovecha el tiempo y juega: Algunas claves para entender los videojuegos*. Barcelona: UOCpress.

Ardèvol, E., Estalella, A. Domínguez, D. (2008). Introducción: La mediación tecnológica como práctica etnográfica. En Ardèvol, E., Estalella, A. Domínguez, D. (Eds.), *XI Congreso de Antropología* (9-30). País Vasco: ANKULEGI Antropologia Elkarte.

Ardèvol, E., Bertrán, M., Callén, B., Pérez, C. (2003). Etnografía virtualizada: La observación participante y la entrevista semiestructurada. *Athenea Digital*, 3. Recuperado de <http://antalya.uab.es/athenea/num3/ardevol.pdf>

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento. aDeSe (AEVI). (2013). Balance económico de la industria del videojuego 2013. *AEVI*. Recuperado de http://www.aevi.org.es/index.php?option=com_mtree&task=att_download&link_id=9&cf_id=30

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento. aDeSe (AEVI). (2012b). Videojuegos en las aulas. *AEVI*. Recuperado de http://www.adese.es/images/pdf/ppt_estudio.pdf

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento. aDeSe (AEVI). (2011). El videojugador español: perfil, hábitos e inquietudes de nuestros gamers. *AEVI*. Recuperado de http://www.aevi.org.es/index.php?option=com_mtree&task=att_download&link_id=36&cf_id=30

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento. aDeSe (AEVI). (2011b). Anuario de la industria del videojuego. *AEVI*. Recuperado de http://www.adese.es/index.php?option=com_mtree&task=att_download&link_id=60&cf_id=30

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento. aDeSe (AEVI). (2010) ¿Cómo se proyecta el videojuego

del futuro? *AEVI*. Recuperado de <http://www.aevi.org.es/pdf/videojuegosimport.pdf>

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento. aDeSe (*AEVI*). (2009). Usos y hábitos de los videojugadores españoles. *AEVI*. Recuperado de http://www.aevi.org.es/index.php?option=com_mtree&task=att_download&link_id=40&cf_id=30

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento. aDeSe (*AEVI*) (2009). Balance económico de la industria del videojuego 2009. *AEVI*. Recuperado de http://www.adese.es/pdf/dossier_prensa%20_balance_economico_2009.pdf

Bakhtin, M. (1981). *The Dialogic Imagination*. Austin: University of Texas Press.

Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective, *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26.

Bartle, R. (1996). Hearts, clubs, diamonds, spades: Players who suit MUDs. *Journal of MUD*. 1, 1. Recuperado de <http://www.mud.co.uk/richard/hcds.htm>

Bar-yam, Y. (1997). *Dynamics of Complex Systems (Studies in nonlinearity)*. Boulder: Westview Press.

Bateson, G. (2006). A Theory of Play and Fantasy. En Salen, K., Zimmerman, E. (Eds.), *The Game Design Reader* (314-328). Cambridge: The MIT Press.

Bayliss, P. (2007). Notes Toward a Sense of Embodied Gameplay, *DIGRA*. Recuperado de: <http://www.digra.org/digital-library/publications/notes-toward-a-sense-of-embodied-gameplay/>

- Baym, N. (1999). *Tune In, Log on: Soaps, Fandom and Online Community*. Nueva York: Corwin.
- Beaulieu, A. (2004). Mediating Ethnography: Objectivity and the Making of Ethnographies of the Internet. *Social Epistemology*, 18, 139-163.
- Becker, H. (2009). *Trucos del oficio*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Becker, H. (1995). El poder de la inercia. *Apuntes de Investigación del CECYP*, 15, 99-111.
- Becker, H., Geer, B., Huges, E., Strauss, A. (1961). *Boys in White: Student Culture in Medical School*. Chicago: University of Chicago Press.
- Berens, K., Howard, G. (2001). *The Rough Guide to Videogaming*. USA: Paperback.
- Berger, P., Luckmann, T. (1968). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Berkeley, L. (2006). Situating Machinima in the New Mediascape. *Australasian Journal of Emerging Technologies and Society*, 4(2), 65-80.
- Bloor, D. (1995). *Conocimiento e imaginario social*. Barcelona: Gedisa.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Engelwood Cliffs, N.J: Prentice Hall.
- Boellstorff, T., Nardi, B., Pearce, C., Taylor, T.L., Marcus, G. (2012). *Ethnography and Virtual worlds. A handbook of Method*. Nueva Jersey: Princeton University Press.
- Bolter, J., Grusin, R. (2000). *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press.

- Bogost, I. (2010). *Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames*. Cambridge: The MIT Press.
- Bourdieu, P. (1979). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Taurus: Humanidades.
- Brooker, W. (2009). Camera Eye. CG Eye. Videogames and the Cinematic. *Cinema Journal*, 48, (3), 122-128.
- Bryce, J., Rutter, J. (2008). Killing like a Girl: Gendered Gaming and Girl Gamers' Visibility. En: F. Mäyrä (Ed.), *CGDC Conference Proceedings* (243-255). Tampere: Tampere University Press.
- Buckingham, D. (2006). Studying computer games. En Carr, E., Buckingham, D., Burn, A., y Schott, G., (Eds.), *Computer Games, Text, Narrative and Play* (1-13). Cambridge: Polity Press.
- Buckingham, D., Carr, D., Burn, A., & Schott, G. (2005). *Videogames: text, narrative, play*. Cambridge: Polity Press.
- Butler, J. (2002). *Cuerpos que importan*. Barcelona: Paidós.
- Caillois, R. (1967). *Los juegos y los hombres, la máscara y el vértigo*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Callon, M. (1998). *The Laws of the Markets*. Londres: Blackwell Publishers.
- Callon, M., y Latour, B. (1991). *La science telle qu'elle se fait. Anthologie de la sociologie des sciences de langue anglaise*. Paris: La Découverte.
- Callon, M. (1991). Techno-economic networks and irreversibility. En Law, J. (Ed.), *A Sociology of Monsters: Essays on Power, Technology and Domination* (132-165). Londres: Routledge.

Canossa, A., Drachen, A. (2009). Play-Personas: Behaviours and Belief systems in User-Centred Game Design. En Gross, T., Gulliksen, J., Kotzé, P. Oestreicher, L., Palanque, P., Oliveira, R. y Winckler, M (Eds.), *Proceedings of Human Computer Interaction - INTERACT* (510-523). Berlín/Heidelberg: Springer.

Cassel, J., Jenkins, H. (2000). *From Barbie to Mortal Kombat: Gender and Computer Games*. Cambridge: The MIT Press.

Castronova, E. (2005). *Synthetic worlds: The bussiness and culture of Online Games*. Chicago: University of Chicago Press.

Castronova, E. (2001). Virtual Worlds: A First-Hand Account of Market and Society on the Cyberian Frontier. *CESifo working paper series*. Recuperado de <http://ssrn.com/abstract=294828>([04/10/2013])

Cea D'Ancona, M.A. (2012). *Fundamentos y aplicaciones en metodología cuantitativa*. Madrid: Síntesis Sociología.

Cea D'Ancona, M.A. (2004). *Métodos de encuesta. Teoría y práctica, errores y mejora*. Madrid: Síntesis.

Cea D'Ancona, M.A. (1999). *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis Sociología.

Chan, P. (2010). *Narrative Participation within Game Environments: Role-Playing in Massively Multiplayer Online Games*. Tesis fin de máster, Atlanta: Georgia Institute of Technology.

Clifford, J., Marcus, G. (1986). *Writing Culture: The Poetics and Politics of Ethnography*. California: University of California Press.

- Coleman, B. (2011). *Hello Avatar. Rise of the Networked Generation*. Cambridge: The MIT Press.
- Consalvo, M. (2009). Hacer trampa puede ser bueno para ti: Juegos educativos y múltiples estilos de juego. En Aranda, D., Sánchez-Navarro, J. (Eds.), *Aprovecha el tiempo y juega: Algunas claves para entender los videojuegos* (243-256). Barcelona: UOCpress.
- Consalvo, M. (2007). *Cheating, Gaining Advantage in Videogames*. Cambridge: MIT Press.
- Consalvo, M. (2003). Zelda 64 and video game fans: A walkthrough of games, intertextuality, and narrative. *Television & New Media*, 4, 3, 321-334.
- Consalvo, M. y Dutton, N. (2006). Game analysis: Developing a methodological toolkit for the qualitative study of games. *Game Studies*, 6 (1). Recuperado de http://gamestudies.org/0601/articles/consalvo_dutton
- Cooley, C. (1930). *Sociological Theory and Social Research*. Nueva York: Henry Holt.
- Corneliussen, H. (2008). World of Warcraft as a playground for feminism. En Corneliussen, H., Rettberg, J. (Eds.), *Digital culture, play, and identity: A world of warcraft reader* (63-86). Cambridge: MIT Press.
- Corneliussen, H., Rettberg, J. (2008). *Digital culture, play, and identity: A world of warcraft reader*. Cambridge: MIT Press.
- Crawford, C. (1984). *The Art of Computer Game Design*. Berkeley: McGraw-Hill/Osborne Media.
- DAWN (Development Alternatives with Women for a New Era). (1985). *Development, Crisis and Alternative Visions: Third World Women Perspectives*. Delhi.

- Del Fresno, M. (2011). *Netnografía. Investigación, análisis e intervención social*. Barcelona: UOCpress.
- Denzin, N. (2003). *Performance Ethnography: Critical Pedagogy and the Critics of Culture*. California: SAGE Publications.
- Denzin, N. (1970). *Sociological Methods: a Source Book*. Chicago: Aldine Publishing Company.
- Deterding, S., Bredow, H. (2013) Outside the Box, Outside the Head: Toward an Ecology of Game Enjoy. Conferencia presentada en *Context Matters! Exploring and Reframing Games in Context. Proceedings of the 7th Vienna Games Conference 2013, FROG 2013*. Viena, Austria.
- Dibell, J. (2006). *Play money: Or, how I quit my day job and made millions trading virtual loot*. Nueva York: Basic Books.
- Doménech, M. López, D. Tirado, F. (2004). Centros de inercia, TIC's y nuevos espacios extitucionales. *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, 1, 8, 170 (45). Recuperado de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-170-45.htm>
- Doménech, M., Tirado, F.J. (1998). *Sociología simétrica. Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad*. Barcelona: Gedisa.
- Dorman, M. (1997). Video and computer games: Effect on children and implications for health education. *Journal of School Health*, 67, 133–138.
- Dovey, J., Kennedy, H. (2006). *Game cultures: Computer Games as new media*. Glasgow: Open Univ. Press.
- Ducheneaut, N., Moore, R.J., y Nickell, E. (2004). *Designing for Sociability in Massively Multiplayer Games: An Examination of the 'Third Places' of SWG*. Conferencia presentada en "the Other Players conference", IT University of Copenhagen, Copenhagen, Dinamarca.

- Egenfeldt-Nielsen, S., Smith, J.H., Tosca, S.P. (2012). *Understanding videogames: The essential introduction*. Nueva York: Routledge (segunda edición).
- Elías, N., Dunning, E. (1991). *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. Madrid: S.L. Fondo de cultura económica de España.
- Ermi, L., Mäyrä, F. (2005). *Fundamental Components of the Gameplay Experience: Analysing Immersion*. Tampere: Universidad de Tampere. Rescatado de http://www.uta.fi/~ttilma/gameplay_experience.pdf
- Escobar, M. (1999). *Análisis gráfico/exploratorio*. Madrid: La Muralla-Hespérides.
- Eskelinen, M. (2004). Towards Computer Game Studies. En Wardrip-Fruin, N., Harrigan, P. (Ed.), *First Person. New media as story, performance and game* (36 - 44). Cambridge/Londres: The MIT Press.
- Eskelinen, M. (2001). The gaming situation. *Game Studies*, 1. Rescatado de <http://www.gamestudies.org/0101/eskelinen/>
- Farley, R. (2000). Game. *M/C. A Journal of Media and Culture*, 3(5), 20-44.
- Fernández, M. (2013). *La iluminación como recurso expresivo para guiar las interacciones en los videojuegos tridimensionales*. (Tesis inédita de doctorado). Universidad Carlos III de Madrid, Getafe.
- Fernández-Vara, C. (2009). Play's the Thing: A Framework to Study Videogames as Performance. *Proceedings of DiGRA 2009*. Recuperado de http://www.academia.edu/233644/Plays_the_Thing_A_Framework_to_Study_Videogames_as_Performance [10/04/2012]
- Fehr, E., Gächter, S. (2002). Altruistic punishment in humans. *Nature*, 415, 137-140.

- Feliu, J., Gil, A. (2007). Autoetnografía y nuevas formas literarias para las Ciencias Sociales. Presentación de la carpeta. *Athenea Digital*, 12, 260-261.
- Fine, G.A. (1983). *Shared Fantasy: Role-Playing Games as Social Worlds*. Chicago: University of Chicago Press.
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. Londres: Routledge.
- Flowers, S. (2008). Harnessing the hackers: the emergence and exploitation of Outlaw Innovation. *Research Policy*, vol. 37, n°2, 177-193.
- Foucault, M. (1983). The Subject and Power: Beyond Structuralism and Hermeneutics. En Dreyfus H., Rabinow, P. (Ed.), *Beyond Structuralism and Hermeneutics* (208-226). Chicago: The University of Chicago Press.
- Foucault, M. (1978). *Vigilar y castigar*. Madrid: Siglo XXI.
- Frasca, G. (2003). Simulation versus Narrative. En Wolf, J. P. and Perron, B. (221-235). *The Video Game Theory Reader*. Nueva York: Routledge.
- Frasca, G. (2001). Rethinking Agency and Immersion: videogames as a means of consciousness-raising, conferencia SIGGRAPH en Los Ángeles. Recuperado de <http://www.siggraph.org/artdesign/gallery/S01/essays/0378.pdf>
- Frasca, G. (2000). *Videogames of the Oppressed: Videogames as a Means for Critical Thinking and Debate*. (Tesis inédita de doctorado). Instituto Tecnológico de Georgia, Atlanta.
- Freire, P. (2002). *Pedagogy of the oppressed*. Nueva York: Continuum.

- Freud, S. (2011). [Artículo escrito en 1908]. *La moral sexual 'cultural' y la nerviosidad moderna. Ensayos sobre sexualidad*. Madrid: Globus
- Friedman, J. (1992). *Empowerment. The Politics of Alternative Development*. Massachusetts: Blackwell.
- Garfinkel, H. (1972). Studies in the Routine Grounds of Everyday Activities. En Sudnow, D. (Ed.), *Studies in Social Interaction* (1-30). Nueva York: The Free Press.
- Garfinkel, H. (1968a). *Estudios de etnometodología*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- Garfinkel, H. (1968b). Discussion: The origin of the term 'ethnomethodology'. En Hill, R., Grittenden, K. (Eds.), *Proceedings of the Purdue Symposium on Ethnomethodology* (15-18). USA: Institute Monograph Series.
- Gee, J.P. (2004a). *Lo que nos enseñan los videojuegos sobre el aprendizaje y el alfabetismo*. Málaga: Aljibe.
- Gee, J.P. (2004b). *Situated Language and Learning: A Critique of Traditional Schooling*. Nueva York: Routledge.
- Geertz, C. (1973). *Thick Description: Toward an interpretive theory of culture*. Rescatado de http://hypergeertz.jku.at/GeertzTexts/Thick_Description.htm
- Golding, D. (2014). *The End of Gamers*. Rescatado de <http://dangolding.tumblr.com/post/95985875943/the-end-of-gamers>
- Goffman, E. (1979). *Relaciones en público. Micro estudios de Orden Público*. Madrid: Alianza Universidad.

Goffman, E. (1977). The Arrangement between the Sexes. *Theory and Society*, 4, 3, 301-331.

Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Londres: Harper and Row.

Goffman, E. (1967). *Interaction Ritual. Essays on face-to-face behavior*. Nueva York: Pantheon Books.

Goffman, E. (1963). *Behaviour in Public Spaces. Notes on the Social Organization of Gathering*. Nueva York: The Free Press.

Goffman, E. (1961). *Internados: Ensayos sobre la situación social de los enfermos mentales*. Buenos Aires: Amorrortu editores.

Goffman, E. (1959) (1971). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.

Goffman, E. (1953). El orden social y la interacción. En Goffman, E. (Ed.), *Los momentos y sus hombres* (91-98). Buenos Aires: Paidós.

González, R. (2013). *Beautiful stanger. La ciudad de los “desconocidos íntimos”*. Rescatado de <http://medialab-prado.es/mmedia/11296/view>

Grüter, B., Oks, M. (2007). Situated play and mobile gaming. *Proceedings of DiGRA 2007 Conference*. Rescatado de <http://lmc.gatech.edu/~cpearce3/DiGRA07/Proceedings/014.pdf>

Gurwitsch, A. (1966). *Studies in phenomenology and psychology*. Evanston Ill.: Northwestern University Press.

Hagström, C. (2008). Playing with names: Gaming and naming in world of Warcraft. En Corneliussen, H., Rettberg, J. (Ed.), *Digital culture, play,*

- and identity: A world of warcraft reader* (265-286). Cambridge: MIT Press.
- Heeter, C. (2008). Changing Girls, Changing Games. En: Kafai, Y., Heeter, C., Denner, J., Sun, J. (Ed.), *Beyond Barbie and Mortal Kombat: New perspectives on gender and gaming* (160-177). Cambridge: MIT Press.
- Hemilse, M. (2011). Notas sobre la noción de "frame" de Erving Goffman. *Intersticios: Revista Sociológica de Pensamiento Crítico*, 5, 187-198.
- Hine, C. (2000). *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC.
- Hjorth, L., Chan, D. (2009). *Gaming Cultures and Place in Asia-Pacific*. Londres: Routledge.
- Hjorth, L. (2011). *Games and Gaming (An introduction to new media)*. Nueva York: Berg.
- Hjorth, L., M. Arnold. (2012). Playing at Being Social: A Cross-Generational Case Study of Social Gaming in Shanghai, China. En Huntemann, N., Aslinger's, B., (Eds.), *Global Gaming* (101-117). New York: Palgrave.
- Hjorth, L., Richardson, I. (2014). *Gaming in social, Locative and Mobile Media*. Australia: Palgrave Macmillan.
- Hobbs, D. (2006). Ethnography. *SAGE Dictionary of Social Research Methods, Jupe, V. edición*. Rescatado de <http://www.srmo.sagepub.com/view/the-sage-dictionary-of-social-research-methods/n70.xml> [19/04/2012]
- Horst, H., Hjorth, L. Tacchi, J. (2012). Rethinking Ethnography: An Introduction. *Media International Australia*, 145, 86-93.
- Huizinga, J. (1954). *Homo Ludens*. Madrid: Alianza/Emecé.

Husserl, E. (1959). *Fenomenología de la Conciencia del Tiempo Inmanente*. Buenos Aires: Nova.

Hutcheon, L. (2000). *A Theory of Parody: The Teachings of Twentieth-Century Art Forms*. Illinois: University of Illinois Press.

Ibañez, J. (1979). *Más allá de la sociología: El grupo de discusión: Teoría y crítica*. Madrid: Siglo Veintiuno de España Editores.

Instituto Nacional de Estadística. INE (2014). Bases de datos [en línea]. Disponible en: <http://www.ine.es/>

Interactive Software Federation of Europe (ISFE) (2012). *Video games in Europe: Consumer Study*, Ipsos Media CT. Recuperado de http://www.isfe.eu/sites/isfe.eu/files/attachments/euro_summary_-_isfe_consumer_study.pdf

Jakobsson, M., Taylor, T. L. (2003). Sopranos meets EverQuest: Social networking in massively multiplayer online games. *FineArt Forum*, 18 (8). Recuperado de http://www.fineartforum.org/Backissues/Vol_17/faf_v17_n08/reviews/jakobsson.html

Jenkins (2009). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. Nueva York: New York University Press.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Nueva York: New York University Press.

Jenkins, P. (2004). The virtual world as a company town: Freedom of speech in massively multiple on-line role playing games. Rescatado de http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=565181

Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. Nueva York: Routledge.

Johnson, S. (2001). *Emergence: The connected lives of ants, brains, cities and software*. Nueva York: Scribner.

Jones, R. (2006). From Shooting Monsters to Shooting Movies: Machinima and the Transformative Play of Video Game Fan Culture. En Hellekson, K., Busse, K. (Ed.), *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet* (161-280). Jefferson: McFarland.

Juul, J. (2005). *Half-Real: Video Games Between Real Rules and Fictional Worlds*. Cambridge: MIT Press.

Juul, J. (2003). *The Game, The Player, The World: Looking for a Heart of Gameness*. Rescatado de <http://www.jesperjuul.net/text/gameplayerworld/>

Juul, J. (2002). The Open and the Closed: Game of emergence and games of progression. En Mäyrä F. (Ed.), *Computer Games and Digital Cultures Conference Proceedings* (323-329). Rescatado de <http://www.jesperjuul.net/text/openandtheclosed.html>

Kafai, Y., Heeter, C., Denner, J., Sun, J. (2008). *Beyond Barbie and Mortal Kombat: New Perspectives on Gender, Games and Computing*. Cambridge: The MIT Press.

Kaplún, G. (2002). *Seis maneras de pensar la imagen organizacional*. Conferencia presentada en el VI Congreso de ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación), Bolivia.

Kennedy, H. (2002). Lara Croft: Feminist Icon or Cyberbimbo? On the Limits of Textual Analysis. *Game Studies*, 2, 2. Rescatado de <http://www.gamestudies.org/0202/kennedy/>

- Klastrup, L. (2004). *Towards a poetics of virtual worlds-multi-user textuality and the emergence of story*. Conferencia presentada IT University of Copenhagen, Copenhagen, Dinamarca.
- Knorr, A. (2007). Game Modding. Rescatado de http://xirdal.lmu.de/downloads/KNORR_2007_Game_modding.pdf.
- Koster, R. (2004). *A Theory of Fun for Game Desing*. Scottsdale: Paraglyph Press.
- Kozinets, R. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Londres: SAGE.
- Kücklich, J. (2005). Precarious playbour: modders and the digital games industry. Rescatado de <http://five.fibreculturejournal.org/fcj-025-precarious-playbour-modders-and-the-digital-games-industry/>
- Lacasa, P. (2012). *Los videojuegos. Aprender en mundos reales y virtuales*. Madrid: Ediciones Morata.
- Lacasa, P., Martínez, R., Méndez, L. (2011). Games and machinima in adolescents' classrooms. *Proceedings of DiGRA 2011 Conference: Think Design Play*. Rescatado de <http://www.digra.org/digital-library/publications/games-and-machinima-in-adolescents-classrooms/>
- Langellier, K Peterson, Eric, E. (2004). *Storytelling in Daily Life. Performing Narrative*. Philadelphia: Temple University Press.
- Langer, J. (2008). The familiar and the foreign: Playing (post) colonialism in world of Warcraft. En Corneliussen, H., Rettberg, J. (Ed.), *Digital culture, play, and identity: A world of warcraft reader* (87-108). Cambridge: The MIT Press.

- Lasén, A. (2014). Introducción: Las mediaciones digitales en la educación sentimental de los y las jóvenes. En Megías, I., Rodríguez, E. (Ed.), *Jóvenes y Comunicación. La impronta de lo virtual* (7-16). Madrid: CRS-FAD. Rescatado de <http://adolescenciayjuventud.org/es/publicaciones/monografias-y-estudios/item/jovenes-y-comunicacion-la-impronta-de-lo-virtual>
- Lasén, A. (2014b). Entrevista en "*La aventura del saber*". TVE. Madrid. Rescatado de <http://www.rtve.es/alcarta/videos/la-aventura-del-saber/aventura-del-saber-amparo-lasen/2357890/>
- Lasén, A. (2013). *Ni neutralidad ni determinismo: un apunte de Amparo Lasén para pensar la relación entre tecnología y política por fuera de los esquemas convencionales.* Recuperado de http://www.eldiario.es/interferencias/tecnologia-politica_6_134796534.html
- Lasén, A. (2012). Autofotos. Subjetividades y Medios Sociales. En García-Canclini, N. y Cruces F. (Ed.), *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, el campo editorial y la música* (243-262). Madrid: Ariel.
- Lasén, A. (2006). Lo social como movilidad: Usos y presencia del teléfono móvil. *Política y Sociedad*, 43, 2, 153-167.
- Latour, B. (2007). *Nunca fuimos modernos. Ensayo de antropología simétrica.* Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Latour, B. (2001). *La esperanza de Pandora, ensayos sobre la realidad de los estudios de la ciencia.* Barcelona: Gedisa.
- Latour, B. (1998). La tecnología es la sociedad hecha para que dure. En Doménech, M., Tirado, F.J., (Ed.), *Sociología simétrica. Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad.* Barcelona: Gedisa.

- Latour, B. (1994). De la mediación técnica: filosofía, sociología, genealogía. *Oeste. Revista de arquitectura y urbanismo del Colegio Oficial de arquitectos de Extremadura*, 16, 130-160.
- Laurel, B. (2006). *Why didn't girls play videogames? Brenda Laurel on TED.com*, Rescatado de http://blog.ted.com/2009/03/why_didnt_girls.php
- Law, J., Mol, A. (1995). Notes on Materiality and Sociality. *The Sociological Review*, 43, 274-294.
- Law, J. (1987). Technology and Heterogeneous Engineering: The Case of the Portuguese Expansion. En Bijker, W., Hugues, T.P. (Ed.), *The Social Construction of Technical Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology* (111-134). Cambridge: MIT Press.
- Lego, M. (2013). *La construcción de la subjetividad*. Recuperado de <http://es.slideshare.net/imanol2013/la-construccion-de-la-subjetividad>
- Lemert, C., Branaman, A. (1997). *The Goffman Reader*. Massachussets: Blackwell Publishers.
- Levis, D. (1997). *Los videojuegos, un fenómeno de masas. Qué impacto produce sobre la infancia y la juventud la industria más próspera del sistema audiovisual*. Madrid: Paidós Ibérica.
- Levy, P. (1997). *Collective Intelligence: Mankind's emerging world in cyberspace*. Cambridge: Perseus.
- Licoppe, C. (2004). Connected Presence: The Emergence of a New Repertoire for Managing Social Relationships in a Changing Communication, Technoscape. *Environment an Planning Design: Society and Space*, 22, 1, 135-156.

- Liston, D., Zeichner, K. (1993). *Formación del profesorado y condiciones sociales de la escolarización*. Madrid: Ediciones Morata.
- Lowood, H. (2011). A 'Different Technical Approach'? Introduction to the Special Issue on Machinima. *Journal of Visual Culture*, 10(1), 3-5.
- Lowood, H. (2006). High-performance play: The making of machinima. *Journal of Media Practice*, 7(1), 25-42.
- MacCallum, M., Stewart, E., Parsler, J. (2008). Role-play versus game play: The difficulties of playing a role in World of Warcraft. En Corneliussen, H., Rettberg, J. (Ed.), *Digital culture, play, and identity: A world of warcraft reader* (225-246). Cambridge: MIT Press.
- Mackay, D. (2001). *The Fantasy Role-Playing Game: A New Performing Art*. Jefferson: McFarland Company.
- Malaby, T.M. (2007). Beyond Play: A New Approach to Games. *Games and Culture*, 2 (2), 95 – 113. Recuperado de <http://gac.sagepub.com/content/2/2/95.full.pdf+html>
- Marino, P. (2004). *Animated filmmaking within a real-time virtual 3D environment*. Scottsdale, AZ: Paraglyph Press.
- Martín Criado, E. (2014). Mentiras, inconsistencias y ambivalencias. *Revista Internacional de Sociología (RIS)*, 72, 1, 115-138.
- Mason, B.L. (1996). Moving toward virtual ethnography. *American Folklore Society News*, 2, 4-5.
- Mauss, M. (2009). *Ensayo sobre el don: Forma y función en las sociedades arcaicas*. Madrid: Katz Editores.

- Mäyrä, F. (2009). La experiencia de juego en contexto. Sobre los contextos socioculturales del significado en el juego digital. En Aranda, D., Sánchez-Navarro, J. (Ed.), *Aprovecha el tiempo y juega: Algunas claves para entender los videojuegos* (129-144). Barcelona: UOCpress.
- McVeigh, T. (2001). *Computer games stunt teen brains*. Rescatado de <http://observer.guardian.co.uk/international/story/0,6903,539166,00.html>
- Mead, G.H. (1991). La génesis del self y el control social. *Revista española de investigaciones sociológicas*, 55, 165-186. Recuperado de http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_055_10.pdf
- Mead, G. H. (1968) *Espíritu, persona y sociedad*. Buenos Aires: Paidós.
- Merton, R. (1979). *Estructura social y anomia*. En García, J. L. (Ed.), *La estructura precaria: Orden y conflicto en la sociedad moderna* (147-155). Mexico: Edicol.
- Mortensen, T.E. (2008). Humans playing world of warcraft: or deviant strategies? En Corneliussen, H., Rettberg, J. (Ed.), *Digital culture, play, and identity: A world of warcraft reader* (203-224). Cambridge: MIT Press.
- Mulligan, J., Patrovsky, B. (2003). *Developing online games: An insider's guide*. Boston: New Riders.
- Newman, J. (2009). ¿Por qué estudiar los videojuegos? en Aranda, D., Sánchez-Navarro, J. (Ed.), *Aprovecha el tiempo y juega: Algunas claves para entender los videojuegos* (61-106). Barcelona: UOCpress.
- Nitsche, M. (2005). Film Live: And Excursion into Machinima. En Bushoff, B. (Ed.), *Developing Interactive Narrative Content* (210-243). Munich: Hough Text.

- Nitsche, M., Mazalek, A., Clifton, P. (2013). Moving Digital Puppets. En Ng, J. (Ed.), *Understanding Machinima: Essays of Filmmaking in Virtual Worlds* (63-84). Nueva York, Londres: Bloomsbury.
- Nizet, J. y Rigaux, N. (2006). *La sociología de Erving Goffman*. España: Editorial Melusina.
- Oberg, C. (2008) Performance Ethnography: Scholarly inquiry in the here. Rescatado de http://www.kpu.ca/sites/default/files/Teaching%20and%20Learning/TD.2.1_Oberg_Performance_Ethnography.pdf
- Oldenburg, R. (1999). *The Great Good Place*. USA: Marlowe & Company.
- Ortiz, F. (2004). *Diccionario de metodología de la investigación científica*. México D.F.: Limusa/Noriega Editores.
- Parlett, D. (1999). *The Oxford History of Board Games*. Nueva York: Oxford University Press.
- Parlett, D. (1991). *A history of card games*. Nueva York: Oxford University Press.
- Parsons, T. (1999). *El Sistema social*. Madrid: Alianza Editorial.
- Pearce, C. (2012). *Game Design as a Cultural Practice*. Conferencia presentada en el curso Game Design as a Cultural Practice, Atlanta, EEUU.
- Pearce, C. (2009): *Communities of play: Emergent cultures in multiplayer games and virtual worlds*. Massachusetts: MIT Press.
- Pearce, C. (2006a). Communities of Play: The Social Construction of Identity in Persistent Online Game Worlds. En Wardrip-Fruin, N., Harrigan, P. (Ed.),

- Second Person: Role-Playing and Story in Games and Playable Media* (1-5). Massachusetts: The MIT Press.
- Pearce, C. (2006b). Productive Play: Game Culture from the Bottom Up. *Games & Culture*, 1, 1, 17-24.
- Peña, D. (2008). *Fundamentos de estadística*. Madrid: Alianza.
- Pestello, F., Pestello, H. (2000). Consistency between Sentiments and Acts. *Sociological Inquiry*, 70, 61-73.
- Piaget, J. (1961). *La formación del símbolo en el niño*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Piaget, J. (1954). *La construcción de lo real en el niño*. Buenos Aires: Proteo.
- Pinchbeck, D., Gras, R. (2011). Machinima: From Art Object to Cultural Practice. En Lowood, H. y Nitsche, M. (Ed.), *The Machinima Reader* (143–158). Cambridge: The MIT Press.
- Poremba, C. (2007). *Critical Potential on the Brink of Magic Circle*. Conferencia DiGRA 2007, Recuperado de <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/07311.42117.pdf>
- Puente, H. (2014). El poder del consumidor digital: agencia y emergencia entre videojugadores online. En Sierra, J., Rodrigues, D. (Ed.), *Contenidos digitales en la era de la sociedad conectada* (179-202). Madrid: Fragua.
- Puente, H., Fernández, M. (2014). Nuevas formas de producción de contenido: el caso de los vídeos machinima inspirados en los videojuegos de rol, En Sierra, J., Rodrigues, D. (Ed.), *Contenidos digitales en la era de la sociedad conectada* (87-106). Madrid: Fragua.

- Puente, H., Fernández, M. (2013). User Generated Content: A Situated Production of Video Walkthroughs on Youtube. En Mitgutsch, K., Huber, S., Wimmer, J., Wagner, M., Rosenstingl, H. (Ed.), *Context Matters! Exploring and Reframing Games in Context. Proceedings of the 7th Vienna Games Conference 2013, FROG 2013* (136-147). Viena: New Academic Press.
- Puente, H., Tosca, S. (2013a). The Social Dimension of Collective Storytelling in Skyrim, *Proceedings of DiGRA 2013*. Rescatado de <http://www.digra.org/digital-library/publications/the-social-dimension-of-collective-storytelling-in-skyrim/>
- Puente, H., Tosca, S. (2013b). Contenido generado por el usuario: La productividad de los fans de Skyrim en YouTube. En Cairo, H., Finkel, L. (Ed.), *XI Congreso Español de Sociología. Libro de actas* (1068-1076). Madrid: Universidad Complutense.
- Puente, H., Tosca, S. (2013c). Metodologías de investigación online: la productividad fan en YouTube, *XI Congreso Español de Sociología*. Rescatado de <http://www.fes-web.org/congresos/11/ponencias/1658/>
- Puente, H. (2012). Análisis crítico de Diablo III. El mito del juego irreal. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 9 (2), 375-382. Rescatado de <http://teknokultura.net/index.php/tk/article/view/63>.
- Puente, H (2011). Las relaciones sociales en los videojuegos en red (Tesis inédita de máster). Rescatado de http://www.academia.edu/1175273/LAS_RELACIONES_SOCIALES_EN_LOS_VIDEOJUEGOS_EN_RED
- Quandt, T., Kröger, S. (2014a). *Multiplayer. The Social Aspects of Digital Gaming*. Nueva York: Routledge.

- Quandt, T., Chen, V., Mäyrä, F., Van Looy, J. (2014b). (Multiplayer). Gaming Around the Globe? A Comparison of Gamer Surveys in Four Countries. En Quandt, T., Kröger, S. (Ed.), *Multiplayer. The Social Aspects of Digital Gaming* (23-46). Nueva York: Routledge.
- Ravaja, N., (2006). Spatial Presence and Emotions during Video Game Playing: Does It Matter With Whom You Play? *Presence: Teleoperators and Virtual Enviroments*, 15, (4), 381-392.
- Rodríguez, E., Megías, I., Calvo, A., Sánchez, E., Navarro, J. (2002). *Jóvenes y videojuegos: espacio, significación y conflictos*. Madrid: INJUVE. Rescatado de http://www.fad.es/sala_lectura/videojuegos.pdf
- Salen, K., Zimmerman, E. (2006). *The Game Design Reader*. Cambridge: The MIT Press.
- Salen, K., Zimmerman, E. (2004). *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. Londres: MIT Press.
- Sánchez-Carrión, J. (1989). *Análisis de tablas de contingencia: el uso de los porcentajes en las ciencias sociales*. Madrid: CIS.
- Salvador Figueras, M., Gargallo, P. (2003). *Análisis Exploratorio de Datos*. Rescatado de <http://www.5campus.com/leccion/aed>
- Sampieri, R., Fernández-Collado, C., Baptista, P. (2004). *Metodología de investigación*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Sánchez, L. (2014). Juegos pervasivos: el potencial ubicuo de los dispositivos móviles. En Sierra, J., Rodrigues, D. (Ed.), *Contenidos digitales en la era de la sociedad conectada* (467-482). Madrid: Fragua.
- Sarkessian, A. (2013). Damsel in Distress Rescatado de <http://www.feministfrequency.com/2013/03/damsel-in-distress-part-1/>

- Schott, G., Horrel, K. (2000). Girl Gamers and their Relationship with the Gaming Culture. *Convergence*, 6, (4), 36-54.
- Schütz, A. (1953). The Problem of Rationality in the Social World, *Economica*, 10, 130-145.
- Schütz, A. (1944). The Stranger. *American Journal of Sociology*, 49, 499-507.
- Schwartz, L. (2006). Fantasy, Realism, and the Other in Recent Video Games. *Space and Culture (SAGE)*, 9, 313-321.
- Sicart, M. (2009a). *The Ethics of Computer Games*. Cambridge: The MIT Press.
- Sicart, M. (2009b). Mundos y Sistemas: entendiendo el Diseño de la Gameplay Ética. *Comunicación*, 7, 1, 45-61.
- Simmel, G. (2002). La moda. En Simmel, G. (Ed.), *Sobre la aventura* (41-86). Madrid: Península.
- Simmel, G. (1917). *Cuestiones Fundamentales de Sociología*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Simmel, G. (1908). *Sociología. Estudios sobre las formas de socialización*. Buenos Aires: Espasa Calpe.
- Sotamaa, O. (2003) *Computer Game Modding, Intermediality and Participatory Culture, New Media? New Theories? New Methods?* Conferencia presentada en la University of Århus, Aarhus, Dinamarca.
- Spradley, J. (1980). *Participant Observartion*. Nueva York: Rinehart & Winston.
- Squire, K. (2009). Educar al luchador: machacar botones, ver, ser. En Aranda, D., Sánchez-Navarro, J. (Ed.), *Aprovecha el tiempo y juega: Algunas claves*

para entender los videojuegos (211-242). Barcelona: UOCpress

Stallabras, J. (2003). Computer fictions. *Prospect Magazine*. Recuperado de http://www.prospectmagazine.co.uk/article_details.php?id=5509

Stenros, J. (2014). In Defence of a Magic Circle: The Social, Mental and Cultural Boundaries of Play. *Nordic DiGRA*, 1, 2. Recuperado de <http://todigra.org/index.php/todigra/article/view/10/27>

Suits, B. (1978). *The grasshopper. Games, Life and Utopia*. USA: Broadview Press.

Sutton-Smith, B. (2009). La ambigüedad del juego. En Aranda, D., Sánchez-Navarro, J. (Ed.), *Aprovecha el tiempo y juega: Algunas claves para entender los videojuegos* (37-60). Barcelona: UOCpress.

Sweetser, P. (2007). *Emergence in games. Game Development Series*. Boston: Charles River Media.

Taylor, T.L. (2008). Becoming a Player: Networks, Structures, and Imagined Futures. En Kafai, Y., Heeter, C., Denner, J., Sun, J. (Ed.), *Beyond Barbie and Mortal Kombat: New Perspectives on Gender, Games, and Computing* (50-65). Cambridge: The MIT Press.

Taylor, T.L (2008a). Becoming a Player: Networks, Structures, and Imagined Futures. En Kafai, Y., Heeter, C., Denner, J., Sun, J. (Ed.), *Beyond Barbie and Mortal Kombat: New Perspectives on Gender, Games, and Computing* (50-65). Cambridge: The MIT Press.

Taylor, T. L. (2008b). Does WoW change everything? How a PvP server, multinational, player base, and surveillance mod scene caused me pause. En Corneliussen, H., Rettberg, J. (Ed.), *Digital culture, play, and identity: A world of warcraft reader* (187-202). Cambridge: MIT Press.

- Taylor, T.L (2007). Pushing the Borders: Player Participation and Game Culture. En Karaganis, J (Ed.), *Network Netplay: Structures of Participation in Digital Culture* (113-131). Nueva York: Social Science Research Council.
- Taylor, T.L. (2006). *Play Between Worlds: Exploring Online Game Culture*. Cambridge: MIT Press.
- Taylor, T.L. (2003). Power Gamers Just Want To Have Fun? Instrumental Play In A MMOG. En Engholm, I., Klasttrup, L. (Ed.), *Digitale Verdener* (255-272), Copenhagen: Gyldendal.
- Taylor, T.L. (2003b). Multiple Pleasures: Women and Online Gaming. *Convergence*, 9, (1), 8-18.
- Tirado, F., Doménech, M. (2005). Asociaciones heterogéneas y actantes: El giro post-social de la teoría del actor-red. *Revista de Antropología Iberoamericana*, núm. especial, 1-26.
- Tosca, S. (2009). More than a private joke: Cross-Media parody in roleplaying games. *Cinema Journal: The journal of the society for cinema & media studies*, 48, 3.
- Tosca, S. (2003). Reading Resident Evil: Code Veronica X. En *Proceedings of the Fifth International Digital Arts and Culture Conference* (206-215). Melbourne: RMIT Press. Rescatado de <http://hypertext.rmit.edu.au/dac/papers/Tosca.pdf>
- Tosca, S. P. (2003b). *The Quest Problem in Computer Games*, Conferencia presentada en Technologies for Interactive Digital Storytelling and Entertainment (TIDSE) conference, Darmstadt, Alemania. Rescatado de <http://www.it-c.dk/people/tosca/quest.htm>
- Trenta, M. (2014). La propagación de los juegos sociales y su repercusión sobre la industria del videojuego y su público. En Sierra, J., Rodrigues, D. (Ed.),

- Contenidos digitales en la era de la sociedad conectada* (456-466). Madrid: Fragua.
- Tronstad, R. (2008). Character Identification in World of Warcraft: The relationship between Capacity and Appearance. En Corneliussen, H., Rettberg, J. (Ed.), *Digital culture, play, and identity: A world of warcraft reader* (249-264). Cambridge: MIT Press.
- Tronstad, R. (2001). *Semiotic and Non-Semiotic MUD Performance*, COSIGN. Recuperado de <http://www.kinonet.com/conferences/cosign2001/pdfs/Tronstad.pdf>
- Turkle, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. Londres: Phoenix.
- Vallés, M. (2002). *Entrevistas cualitativas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Vallés, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social: Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.
- Walker, J. (2008). Quest in World of Warcraft. Deferral and repetition. En Corneliussen, H., Rettberg, J. (Ed.), *Digital culture, play, and identity: A world of warcraft reader* (167-184). Cambridge: MIT Press.
- Wallace, S., Paulson, R., Lord, C., y Bond Jr., C. F. (2005). Which Behaviors Do Attitudes Predict? Meta-Analyzing the Effects of Social Pressure and Perceived Difficulty. *Review of General Psychology*, 9, 214-227.
- Wagner, K. (2014, 10 de octubre). The Future Of The Culture Wars Is Here, And It's Gamergate. *Deadspin*. Recuperado de <http://deadspin.com/the-future-of-the-culture-wars-is-here-and-its-gamerga-1646145844>
- Weber, M. (1964). *Economía y sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.

- Weber, M. (1905). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Wibroe, M., Nygaard, K., Bøgh Andersen, P. (2001). Games and Stories. En Qvortrup, L. (Ed.), *Virtual Interaction*. Londres: Springer Verlag.
- Wirman, H. (2009). Sobre la productividad y los fans de los juegos. En Aranda, D., Sánchez-Navarro, J. (Ed.), *Aprovecha el tiempo y juega: Algunas claves para entender los videojuegos* (144-184). Barcelona: UOCpress.
- Wirman, H. (2007). I Am Not a Fan, I Just Play a Lot – If Power Gamers Aren't Fans, Who Are? Rescatado de http://www.digra.org/dl/search_results?authors_index=Wirman%20Hanna
- Wolf, J.P. (2001). *The Medium of the Video Game*. Austin: University of Texas Press.
- Zagal, J. P., Fernández-Vara, C., Mateas, M. (2008). Rounds, Levels, and Waves. The Early Evolution of Gameplay Segmentation. *Games and Culture*, 3, (2), 175 - 198.
- Zagalo, N., Gonçalves, A. (2014). Social Interaction Design in MMOs. En Quandt, T., Kröger, S. (Ed.), *Multiplayer. The Social Aspects of Digital Gaming* (134-144). Nueva York: Routledge.
- Zagalo, N. (2009). *Emoções Interactivas do cinema para os videojogos*. Coimbra: Gracio Editor.

LUDOGRAFÍA

Bethesda Game Studios. (2011). *The Elder Scrolls: Skyrim*, Bethesda Softworks.

Bioware. (2002). *Dungeons and Dragons: Neverwinter Nights*, Atari.

Blizzard Entertainment. (2012). *Diablo III*, Blizzard Entertainment.

Blizzard Entertainment. (2004). *World of Warcraft*, Blizzard Entertainment.

Blizzard North. (2001). *Diablo II: Lord of Destruction*, Blizzard Entertainment.

Blizzard North. (2000). *Diablo II*, Blizzard Entertainment.

Blizzard North. (1996). *Diablo*, Blizzard Entertainment.

Bungie. (2001). *Halo*, Microsoft Studios.

Dong Nguyen. (2014). *Flappy Bird*, GEARS Studio.

Ensemble Studios. (1999). *Age of Kings Heaven*, Microsoft Game Studios.

Funcom. (2001). *Anarchy Online*, Funcom.

Gravity Corp. (2002). *Ragnarok Online*, Gravity Corp.

Id Software. (1992). *Wolfstein 3D*, Apogee Software.

LionheadStudios. (2004). *The Movies*, Microsoft.

Maxis. (2000). *Los Sims*. Electronic Arts.

Mojang AB. (2009). *Minecraft*. Mojang.

NCsoft. (1998). *Lineage*, NCsoft.

Nintendo. (1996). *Pokémon*. Nintendo.

Nintendo R&D1. (1981) *Donkey Kong*. Nintendo.

Origin Systems. (1997). *Ultima Online*, Electronic Arts.

Kobojo. (2010). *Pyramid Ville*, Facebook.

Bibliografía y ludografía.

Rovio Entertainment. (2009). *Angry Birds*, Rovio Entertainment.

Sony Online Entertainment. (2003). *Planetside*, Sony Online.

Sony Online Entertainment. (2003). *Star Wars Galaxies: An Empire Divided*, Lucas Arts.

Synergistic Software. (1997). *Diablo Hellfire*, Sierra On-Line.

Turbine. (2007). *El señor de los anillos Online: Sombras de Angmar*, Codemasters.

Verant Interactive. (1999). *EverQuest*. Verant Interactive.

Wizet. (2002). *MapleStory*, Nexon.

Zynga. (2009). *Farm Ville*, Facebook.

Zynga. (2008). *Mafia Wars*, Zynga.

ANEXO I:
GLOSARIO TERMINOLÓGICO

ANEXO I: GLOSARIO TERMINOLÓGICO

- **Affordance:** El concepto *affordance* haría referencia a las posibilidades de interacción con un objeto, es decir, qué cualidades o atributos percibe un sujeto como susceptibles de interacción. Dichos atributos condiciona a su vez los modos de uso.
- **Agencia:** Capacidad que poseen las personas, objetos o entidades (agentes) para actuar en un entorno o mundo.
- **Avatar:** Representaciones gráficas de los individuos en un entorno virtual donde los usuarios interactúan.
- **Baneo:** Del inglés “*ban*” hace referencia a una restricción total o parcial del usuario dentro del sistema.
- **Beta:** Prototipo jugable en pruebas que permite la inspección del producto antes de su lanzamiento
- **Boteo:** Del inglés “*bot/robot*” hace referencia al uso de programas informáticos que permiten sustituir o imitar el comportamiento de un usuario en un entorno virtual. En el ámbito de los videojuegos en empleo de *bots* facilita obtener recursos mientras el jugador está ausente (el programa sustituye al jugador real engañando al juego).
- **Bug:** Un *bug* es un fallo en el juego. En este caso el fallo podía ser aprovechado por los jugadores para obtener ventajas competitivas (siendo invencibles).
- **Casual Games (Juegos casuales):** Videojuegos enfocados a un público de jugadores casuales. Pueden incluir muy distintas temáticas. Se caracterizan por el uso de mecánicas de juego relativamente sencillas.

- **Cheating.** Del inglés *cheat* (truco) consiste en el empleo de trucos (*cheating*) para conseguir ventajas o beneficios en el espacio de juego e interacción
- **Cosplay:** *Cosplay* o *costume play* hace referencia a la elaboración de disfraces inspirados en personajes de ficción (por ejemplo, personajes ficticios de videojuegos).
- **Dropeo:** Generación aleatoria de recompensas y botines dejados caer (*drop*) por parte de enemigos, y/o entorno interactuable (cofres, arcas, receptáculos...).
- **Entorno virtual tridimensional:** Representación virtual de un espacio real o imaginario, que permite a los jugadores interactuar dinámicamente con el entorno a tiempo real.
- **Fan art:** Se trata de trabajos u obras artísticas inspiradas en universos fantásticos creados por terceros. Por ejemplo, en el caso de Diablo, los dibujos e ilustraciones que realiza la comunidad fan (véase capítulo VII, contenido generado por el usuario).
- **Fandom:** Del inglés *fan kingdom* (reino fan) hace referencia al conjunto de aficionados a alguna actividad, persona o fenómeno cultural determinado. Por ejemplo, Jenkins (1992) fue uno de los primeros investigadores en interesarse por la cultura *fandom* a través del análisis de la cultura *trekkie* basada en la exitosa serie de televisión *Star Trek*.
- **Fanfiction:** Hace referencia a los relatos y narraciones de ficción escritos por la comunidad fan inspirados en un universo ficticio.
- **Farmeo:** Procedente del inglés *farmer* (granjero) es el término que denomina a aquellos jugadores que tratan de obtener o acumular dinero (u otros objetos de valor dentro del juego), con el fin de sacar rendimiento

económico mediante el intercambio de estos ítems por otros objetos o divisas tanto virtuales como “reales”.

- **Gameplay:** Experiencia de juego pretendida (diseñada). El *gameplay* se refiere a la experiencia de juego que emerge y se construye a partir del sistema formal de reglas existente.
- **Gamificación (o ludificación):** El empleo de la lógica y mecánicas propias de los videojuegos aplicadas a entornos, espacios y actividades ajenos a estos. Este tipo de lógicas paulatinamente se integran cada vez más en distintos ámbitos de la vida cotidiana.
- **Griefplay:** El *grief play* (juego molesto) haría referencia al estilo de juego de algunos jugadores que acosan, molestan o perturban el orden y la tranquilidad del resto de jugadores.
- **Jefe (Boss):** Personajes finales (de secuencia, acto o nivel) a los que deben derrotar los jugadores para seguir avanzando en la trama. Por sus características, presentan un nivel de dificultad superior al resto de enemigos comunes.
- **Machinima:** Del inglés “*machine*” y “*cinema*” hace referencia a las piezas audiovisuales creadas a partir de personajes, escenarios o motores de videojuegos. La creación de las secuencias animadas se realiza a tiempo real.
- **Mecánicas de juego:** Las mecánicas de juego son un constructo de reglas que determinan las posibilidades y la forma en que se juega, y que tienen por objetivo generar un *gameplay* o juego. Por ejemplo, la forma en la que un jugador se desplaza por el escenario o recoge los tesoros caídos.
- **Metaverso:** El término metaverso se refiere a entornos virtuales donde los seres humanos interactúan entre sí haciendo uso de avatares. El

termino metaverso es empleado por primera vez por el escritor Neal Stephenson en su novela de ciencia-ficción Snow Crash.

- **MMORPG:** (Massively multiplayer online role-playing game): Juego de rol online multijugador masivo.
- **Mod:** Las mods son modificaciones o ampliaciones de los juegos comerciales creadas por los jugadores.
- **MUD:** Siglas de Multi-User Dungeon. Videojuegos de rol basados en interfaz textual (Véase figura: 2.5). Muchos de estos mundos se vieron muy influenciados por obras como “True Names” de Vernor Vinge o “Snow Crash” de Neal Stephenson y buscaban la posibilidad de crear metaversos a través de estos mundos virtuales donde coexistirían ingentes cantidades de avatares.
- **Non-player character:** NPC. Personajes no jugadores (controlados por máquina).
- **Playbour:** El concepto de *playbour* (del inglés play= juego y labour=trabajo) propuesto por Julian Kücklich (2005) hace referencia al estilo de juego que transita entre lo profesional y lo lúdico (por ejemplo, farmeo, jugadores que venden sus objetos virtuales en eBay, que producen contenido generado por el usuario...). Las barreras entre el juego y el trabajo se diluyen y el círculo mágico (Huizinga,1954) se difumina imbricando distintas realidades y espacios.
- **Player-character:** PC. Personaje jugador (controlado por usuario).
- **Power gamer:** Generalmente aplicado a los juegos de rol, un *power gamer* es un jugador instrumental que prioriza la consecución de logros lo más rápida y eficientemente posible.

- **Reglas (de juego):** Las reglas de juego son los elementos que estructuran y organizan el juego (Juul, 2005). Para Salen y Zimmerman (2003) suponen la estructura formal del juego y se caracterizan por: limitar la acción del jugador, ser explícitas, sin ambigüedades, fijas, compartidas y repetidas.
- **Rol:** Expectativas de comportamiento esperadas en función de la posición o estatus ocupado.
- **RPG:** Siglas de *Role-Play Game* (Videojuego de rol).
- **Sandbox:** *Sandbox*, o juegos de arenero, dan nombre a uno de los géneros de videojuegos más populares en la actualidad, estos son los *sandbox*. Se trata de juegos altamente emergentes, sin fines o metas claras donde el desarrollo del juego mismo depende en gran parte de los jugadores o la comunidad
- **Skin:** Los skins (pieles) son capas alternativas que varían la apariencia de un avatar u objeto (textura, color...).
- **Social Games** (videojuegos sociales): Los videojuegos sociales son un género lúdico que se caracteriza por el uso de las redes sociales (tales como Facebook o Tuenti) para jugar con otros jugadores en red mientras se desbloquean logros. Generalmente, para lograr un mayor éxito, es preciso tener el mayor número de amigos posible en el juego. Algunos ejemplos de social games célebres serían Farm Ville o Mafia Wars.
- **Tanque (Tanquear):** Del inglés tank, hace referencia a los personajes que aguantan el daño para proteger a los jugadores cuyo poder de ataque es mucho mayor pero cuya resistencia es mucho menor. Los tanques se especializan en repeler, absorber o bloquear daño.

- **Troll (trolleio):** En la jerga de Internet, un troll es un usuario que se caracteriza por un comportamiento perturbador y provocador con el fin de molestar a otros sujetos por mera diversión.
- **Walkthrough (guía):** Del inglés *walk-through*, (caminar a través). Guía completa de juego que ofrece soluciones, consejos o trucos para superar los retos y desafíos existentes.

ANEXO II:
GUIÓN DE ENTREVISTAS EN
PROFUNDIDAD

ANEXO II: GUIÓN DE ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

GUIÓN ADAPTADO HOMBRE MUJER (por ejemplo: ¿qué te dice tu novio/a de jugar videojuegos?, ¿tus amigos/as?...).

Introducción: En primer lugar me gustaría agradecerte de nuevo tu colaboración. Antes de comenzar me gustaría recordarte que a mí lo que me interesa es que seas tú mismo y no que debes sentir ningún tipo de presión, pues la entrevista es totalmente anónima. Además me gustaría pedirte permiso para grabar la conversación, siempre y cuando no tengas ningún inconveniente.

o) Para empezar... ¿Podrías presentarte?, contarme un poco acerca de quién eres, tu situación, contexto, un poco de tu historia personal...

- Contexto socio demográfico y/o encuadre biográfico. (Estas preguntas, normalmente serán respondidas en el resumen-presentación inicial realizado por el entrevistado. No se plantearán explícitamente).
- Edad.
- Lugar de origen y de residencia actual. Contexto socio-familiar.
- Situación económico-laboral. Estatus socio-económico

1) Los antecedentes con diablo III. Dimensión temporal pasada.

1.1 ¿Cómo fueron tus primeras experiencias con el mundo del videojuego? ¿quién te metió? ¿cómo llegaste?

1.2 ¿Qué ha cambiado en el mundo de los videojuegos?

1.3 ¿Por qué has seguido jugando?

2) La experiencia directa con el videojuego: Dimensión temporal presente.

2.1 ¿Qué son para ti los videojuegos?, ¿qué haces con ellos?, ¿qué implicaciones tienen en tu vida? Modificación del yo a través del juego (aprendizaje).

2.2 Tipo de juegos. ¿Qué tipo de videojuegos sueles utilizar? ¿Por qué dichos juegos? ¿En qué se diferencian de otros juegos?

2.3 ¿Cuándo y con quién juegas? ¿Juegas sólo o acompañado de otras personas? (Tanto en casa como vía online). ¿Qué opina tu entorno? ¿Has sentido rechazo alguna vez? ¿Qué te dicen los amigos que no juegan? ¿novio/a? Horarios y frecuencia de uso habituales. ¿Por qué con esa gente y esas horas? ¿Te consideras una *gamer*? Estilos de juego. Casual, *hardcore*, exploratorio, instrumental. Implicación con el juego. Horas de dedicación intra y extra. ¿Qué supone ser hombre o mujer en el juego?

2.4 Descripción de los avatares y *nicknames* utilizados. *Skills* y ramas de talentos. Razones de la elección. Autopercepción del nivel de identificación entre el avatar y usuario. Identificación y frecuencia de uso de diferentes personajes. Cómo influyen en la vida personal, (positiva o negativamente)

2.5 Sociabilidad en Diablo. Surgimiento amistad con otros jugadores online y materialización en la vida real (offline). ¿Has hecho amistades con otros miembros de Diablo? En caso afirmativo: ¿Y fuera de Diablo has mantenido alguna relación con ellos? Quedadas.

2.6 Pertenencia a grupos de amigos creados en online.

2.7 Diferencias entre comunidades virtuales similares. Juegos de rol online, SecondLife, WOW, LoL, Comunidad Wii, Comunidad PS3...

2.8 ¿Qué te parece la historia? Le prestaste atención. Entorno, gráficos, audio... Exploración ¿Exploras, te saltas la historia? ¿Qué te parece la historia? Libros, mochilas, códigos...

2.9 Mapas aleatorios, no siempre te encuentras lo mismo.

2.10 Estilo de juego.

2.11 ¿economía del juego? Casa de subastas. Legitimidad de conseguir los juegos. Buscar foros alternativos para comerciar y evitar comisión

2.12 Experiencia, sistema.

2.13 Sistema de logros.

2.14 Sistema de objetos. Aleatoriedad de los objetos. Cómo se reparten los objetos.

2.15 Modo historia vs. Partida pública vs. Partida privada amigos. privacidad. anonimato. El yo offline vs online.

2.16 Modo Incondicional.

2.17 Legitimidad. *Cheats*. Trucos. Bugs,.

2.18 Cultura de juego. Blogs, merchandising, redes sociales, guías, quedadas, congresos de juegos...Cultura *gamer*.

2.19 UGC. Contenido generado por el usuario. Vídeos, post, guías...De qué temas hablar en foros, redes, blogs.

2.20 Emergencia cultural.

2.21 Agencia compartida.

3) Puntos fuertes y débiles de Diablo III.

4) Futuro:

4.1 ¿Te ves jugando a diablo dentro de unos años? ¿Por qué? ¿Otros Juegos?

4.2 Qué esperas de diablo un futuro. Qué echas de menos.

4.3 ¿Cuál sería para ti el videojuego ideal, y el diablo III ideal?

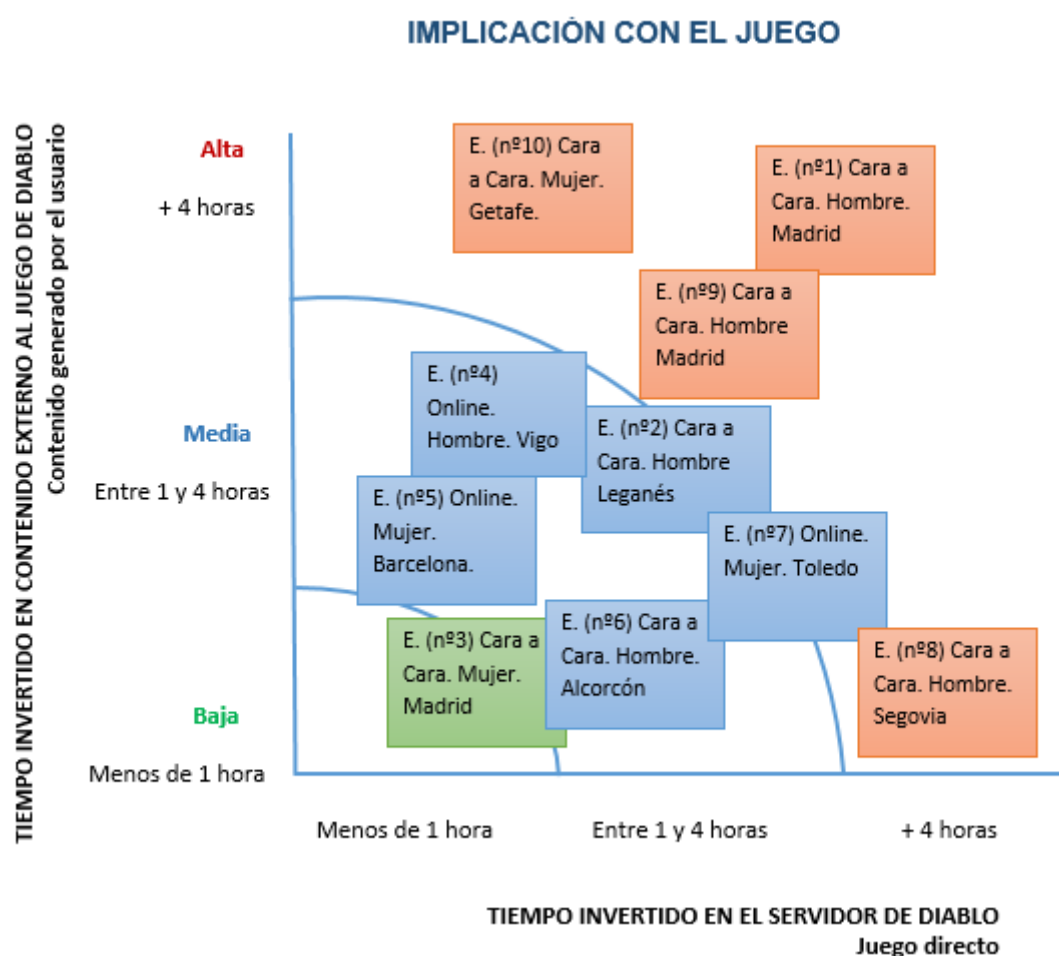
5) Comentarios finales

(¿Te gustaría realizar algún comentario, idea o sugerencia final?).

ANEXO III:
FICHAS TÉCNICAS ENTREVISTAS EN
PROFUNDIDAD

FICHAS TÉCNICAS ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

Para facilitar la comprensión y entendimiento de las entrevistas en profundidad¹, he optado por incluir una breve ficha técnica (anonimizada) que ponga en situación o contexto cada una de ellas. A continuación, se ofrecen algunos de los datos más relevantes que contribuyen a dibujar un breve perfil sociológico de los distintos entrevistados.



¹ Las distintas entrevistas en profundidad se estructuran en torno a tres dimensiones temporales (pasada, presente y futura) que cubren diversas temáticas de interés para la investigación, tales como: las primeras experiencias en el ámbito del videojuego, opinión del entorno del jugador, contextos de juego, usos y prácticas emergentes, identidad, anonimato, subjetividades, estilos de juego, comunidades de jugadores, interacción y sociabilidad, interpretación de papeles, metacultura y contenido generado por el usuario, emergencia cultural, influencia del juego en las prácticas de la vida cotidiana, espacio de juego y cotidianeidad...

Entrevista 1 (implicación alta):

Entrevista cara a cara a jugador de *Diablo III* con alta dedicación directa al juego y a la producción de contenido generado por el usuario. Funcionario de defensa en la Comunidad de Madrid.

Perfil sociodemográfico: Varón, 31 años, casado.

Fecha y momento de realización: 21 de mayo de 2013 (18:30 horas).

Lugar de la entrevista: En su domicilio de Madrid (distrito Hortaleza).

Duración aproximada: 39 minutos.

Observaciones y comentarios relevantes:

Momentos antes de comenzar la grabación el entrevistado me enseña su ordenador de sobremesa y espacio de juego (despacho decorado con numerosas referencias a la cultura *gamer*: videojuegos, pósters, merchandising...). Al finalizar la entrevista también me invita a presenciar una sesión en directo de juego con sus amigos (me permite la filmación y toma de notas).

Durante la grabación:

El entrevistado parece ligeramente nervioso y opto por comenzar con preguntas muy sencillas y generales (rompehielo) para reducir los niveles de tensión generados. A lo largo del proceso de grabación se producen numerosas interrupciones debido a la incidencia de ruidos externos (obras) y llamadas telefónicas (que dificultaban el proceso de escucha y concentración).

Entrevista 2 (implicación media):

Entrevista cara a cara a jugador de *Diablo III* con implicación media en ambos indicadores. Técnico-administrativo y estudiante universitario de administración y dirección de empresas a distancia (UNED).

Perfil sociodemográfico: Varón, 24 años, soltero.

Fecha y momento de realización: 29 de junio de 2012 (17:00 horas).

Lugar de la entrevista: En su domicilio de Leganés (Madrid).

Duración aproximada: 64 minutos.

Observaciones y comentarios relevantes:

El entrevistado se muestra muy cómodo y predispuesto (la contactación fue realizada a través de un amigo en común). En todo momento se autoidentifica como *gamer* y jugón (enfatisa que su grupo de amigos comparte su gusto por el software lúdico). Me ofrece observar su colección de videojuegos y me presenta a sus personajes (y posesiones) en *Diablo III*. Me enseña su ordenador (última generación) y espacio de juego. La habitación está llena de referencias al mundo de la tecnología, videojuegos, juegos de tablero y manga japonés (estanterías llenas de tomos).

Durante la grabación:

La conversación durante toda la grabación es muy fluida (el entrevistado va cubriendo todo el espectro del guión sin necesidad de tener que direccionar o condicionar el discurso significativamente). Al finalizar la grabación, mantenemos una conversación (*off the record*) en la que me facilita más contactos para nuevas entrevistas (entrevista número 6) y trabajos de observación.

Unos días después de la entrevista, observo hasta en dos ocasiones sesiones de juego (en directo) del entrevistado. Así mismo, intercambiamos contactos (número de identificación de cuenta en *Diablo III*) y llegaremos a jugar en equipo (partida multijugador) durante varios días. Me presenta nuevos jugadores y contactos vía online.

Entrevista 3 (implicación baja):

Entrevista cara a cara a jugadora de *Diablo III* con baja dedicación directa al juego y a la producción de contenido generado por el usuario. Diseñadora y programadora web.

Perfil sociodemográfico: Mujer, 25 años, en pareja.

Fecha y momento de realización: 02 de septiembre de 2012 (14:30 horas).

Lugar de la entrevista: En un restaurante en plaza de España (Madrid).

Duración aproximada: 37 minutos.

Observaciones y comentarios relevantes:

La entrevista se realiza en un restaurante de comida rápida al acabar su jornada laboral. Tratamos de buscar un lugar apartado para evitar los ruidos y sonidos ambiente (afortunadamente el local se encuentra prácticamente vacío). Originalmente nos habíamos citado en su casa, pero la entrevistada aún se encontraba de mudanza y finalmente no fue posible. Se interesa mucho en el proyecto de tesis y solicita que le vaya mandando hallazgos y conclusiones.

Durante la grabación:

La entrevistada se encuentra algo nerviosa y habla muy rápidamente. En repetidas ocasiones busca mi aprobación y me pregunta que si lo está haciendo bien. Intento que se relaje y trato de dirigir lo menos posible la conversación. A partir de los 10 primeros minutos la entrevistada se empieza a sentir más cómoda y la conversación comienza a ser más fluida y natural.

Entrevista 4 (implicación media):

Entrevista online (vía *Skype*) a jugador de *Diablo III* con dedicación media directa al juego y a la producción de contenido generado por el usuario. Abogado en paro.

Perfil sociodemográfico: Hombre, 26 años.

Fecha y momento de realización: 06 de septiembre de 2012 (17:00 horas).

Lugar de la entrevista: Entrevista online desde domicilio (Vigo, Pontevedra).

Duración aproximada: 58 minutos.

Observaciones y comentarios relevantes:

La entrevista online se realiza a través de software de videollamada (*Skype*) lo que implica que pierdo la posibilidad de tomar fotografías de los espacios de juego *in situ* (en cambio la toma de notas durante la entrevista se facilita).

Durante la grabación:

El jugador tiene muy buena oratoria y sus intervenciones son muy ricas y prolongadas. Apenas tengo que realizar comentarios (salvo para ir hilando ocasionalmente los distintos bloques) porque el entrevistado va cubriendo de manera bastante natural las distintas temáticas planteadas en el guión.

Al finalizar la entrevista el jugador se ofrece para seguir manteniendo colaboraciones y facilitarme más ayuda y contactos.

Entrevista 5 (implicación media):

Entrevista online (vía *Skype*) a jugadora de *Diablo III* con dedicación media directa al juego y a la producción de contenido generado por el usuario. Natural de Valencia, residencia actual en Barcelona, estudiante de administrativa de dirección y trabajadora eventual en sector de hostelería y administración.

Perfil sociodemográfico: Mujer, 27 años, con novio.

Fecha y momento de realización: 18 de noviembre de 2012 (16:30 horas).

Lugar de la entrevista: Entrevista online desde domicilio (Barcelona).

Duración aproximada: 63 minutos.

Observaciones y comentarios relevantes:

La contactación se realizó mediante una informante clave de Barcelona que conocía a la entrevistada. La jugadora facilitó información relevante más allá de la propia entrevista y se ha interesado por los progresos de la investigación (insistiendo en conocer los resultados).

Durante la grabación:

Entrevista fluida sin interrupciones destacables.

Entrevista 6 (implicación media):

Entrevista cara a cara a jugador de *Diablo III* con implicación media en ambos indicadores. Contable y estudiante universitario de administración y dirección de empresas a distancia (UNED). Es compañero de clase del entrevistado número 2 (quien me facilitó su contactación)

Perfil sociodemográfico: Varón, 30 años, soltero.

Fecha y momento de realización: 13 de julio de 2012 (17:45 horas).

Lugar de la entrevista: En su domicilio de Alcorcón (Madrid). Natural de Segovia.

Duración aproximada: 72 minutos.

Observaciones y comentarios relevantes:

Antes de proceder a la entrevista el jugador me enseña su espacio de juego (ordenador, colección de dispositivos lúdicos...). El entrevistado dispone de una multitud de plataformas y gran cantidad de videojuegos (varias decenas). Inicia sesión en *Diablo* y me muestra sus distintos avatares y me cuenta un poco acerca de su historia (me permite tomar fotos y notas).

Durante la grabación:

La conversación es relativamente fluida y utilizamos como apoyo el propio *Diablo III* (cuando el entrevistado duda acerca de personajes, recursos o ítems lo comprueba directamente en el juego abierto). El jugador repite en numerosas ocasiones que teme no estar respondiendo bien (le insisto en que se sienta totalmente libre y que lo que me interesa son su opinión y percepciones).

Entrevista 7 (implicación media):

Entrevista cara a cara a jugadora de *Diablo III* con dedicación baja directa al juego y alta a la producción de contenido generado por el usuario. Estudiante de filología inglesa y trabajadora a tiempo parcial en sector hostelería (camarera).

Perfil sociodemográfico: Mujer, 20 años, Toledo, con novio.

Fecha y momento de realización: 04 de septiembre de 2012 (12:30 horas).

Lugar de la entrevista: Entrevista cara a cara en cafetería del centro de Madrid (calle arenal).

Duración aproximada: 76 minutos.

Observaciones y comentarios relevantes:

La entrevistada llega más de 40 minutos tarde a la cita de la entrevista y se muestra muy nerviosa (pensaba que ya me habría ido). Me ofrece acudir a su casa otro día para tomar fotos y vídeos de sesiones de juego en directo. Posteriormente nos agregamos como amigos dentro de *Diablo III* para jugar juntos en un futuro. Asimismo me envía numerosos dibujos y relatos que ha escrito inspirados en *Diablo III* (es una jugadora muy activa en las comunidades dedicadas al *fan art*).

Entrevista 8 (implicación alta):

Entrevista cara a cara a jugador de *Diablo III* con implicación muy alta en juego directo y muy baja en producción o consulta de contenido generado por el usuario). En paro.

Perfil sociodemográfico: Varón, 26 años, soltero.

Fecha y momento de realización: 16 de julio de 2012 (11:30 horas).

Lugar de la entrevista: En su domicilio de Leganés (Madrid).

Duración aproximada: 61 minutos.

Observaciones y comentarios relevantes: El entrevistado ha sido contactado a través de un informante clave de Madrid. Se muestra muy crítico y decepcionado con *Diablo III*. Asegura haber sido un fan muy comprometido con la saga al que la compañía ha traicionado con el nuevo lanzamiento. El entrevistado vende objetos virtuales a cambio de dinero real en la casa de subastas de *Diablo*.

Entrevista 9 (implicación alta):

Entrevista cara a cara a jugadora de *Diablo III* con alta dedicación directa al juego y a la producción de contenido generado por el usuario. Estudiante de ingeniería informática de último año.

Perfil sociodemográfico: Mujer, 23 años, soltera.

Fecha y momento de realización: 07 de septiembre de 2012 (19:30 horas).

Lugar de la entrevista: En una cafetería universitaria en Getafe.

Duración aproximada: 91 minutos.

Observaciones y comentarios relevantes:

La entrevista se realiza en una concurrida cafetería universitaria en Getafe (afortunadamente no es muy ruidosa). Utilizo mi ordenador portátil para tomar algunas notas y grabar la conversación. La entrevistada tiene una dilatada experiencia como jugadora *hardcore*, además es muy activa en foros y comunidades de diversos juegos como *Hispania* (ha acudido a numerosas quedadas entre jugadores). La jugadora seguirá contribuyendo en la investigación facilitando más información y contactos.

Durante la grabación:

La entrevistada se muestra muy natural y la conversación fluye fácilmente. Cuando finalizamos la entrevista continuamos una conversación informal y aparecen nuevos temas de interés (*off the record*) no directamente planteados en el guión de entrevista (muerte virtual en el juego y sufrimientos generados, mediación y anonimato...).

Entrevista 10 (implicación alta):

Entrevista online a jugador de *Diablo III* con alta dedicación directa al juego y a la producción de contenido generado por el usuario. Titulado de FP medio de informática en paro.

Perfil sociodemográfico: Varón, 25 años, con novia.

Fecha y momento de realización: 27 de diciembre de 2012 (18:00 horas).

Lugar de la entrevista: Entrevista cara a cara desde su domicilio de Madrid.

Duración aproximada: 47 minutos. **Duración aproximada:** 44 minutos.

Duración aproximada: 54 minutos.

Observaciones y comentarios relevantes: Momentos antes de comenzar la grabación el entrevistado me muestra su espacio de juego (habitación con múltiples referencias a la cultura *gamer*: videojuegos, pósters, *merchandising*...). Antes de iniciar y al finalizar la entrevista me invita a presenciar sesiones de juego en directo con sus amigos (me permite la filmación y toma de notas). Además servirá de contacto para formar futuras sesiones de juego con otro tipo de perfiles de jugadores (el entrevistado me introduce a gran cantidad de sus contactos en el juego). Sus amigos tienen un perfil muy profesionalizado y la mayoría de ellos venden objetos e ítems de *Diablo III* a cambio de dinero real.

Durante la grabación:

El entrevistado se encuentra tranquilo y demuestra ser un gran conocedor de la industria del videojuego. No sufrimos apenas parones o cortes, lo que hace que la entrevista sea muy fluida.

**ANEXO IV:
CUESTIONARIO ONLINE
(PLANTILLA)**

Cuestionario jugadores Diablo III

Encuesta Diablo III

Muchas gracias por tu colaboración. Te recordamos que esta encuesta es totalmente anónima y que la información que se extraiga de ella tiene unos fines meramente académicos. El cuestionario está dividido en 4 pequeños bloques temáticos que no te robarán mucho tiempo. Presiona el botón Sig. para avanzar a la siguiente página e iniciar la encuesta. Nuevamente, te agradecemos tu disposición. Comenzaremos valorando la jugabilidad de Diablo III.

Bloque 1: Jugabilidad, Entorno Gráfico e Interfaz

1. ¿Hace cuánto tiempo que juegas a Diablo III?

- Menos de 3 meses
- De 3 a 6 meses
- De 6 a 9 meses
- De 9 meses a un año
- Más de un año
- Desde su lanzamiento

2. ¿Jugaste a alguna versión previa de la saga Diablo? (marca todas las opciones de respuesta necesarias).

- Diablo I
- Diablo I: Hellfire (expansión)
- Diablo II
- Diablo II: Lord of Destruction (expansión)
- No, no he jugado a ninguna versión previa de Diablo.

3. A continuación, valora los siguientes aspectos globalmente; siendo 1 mínima puntuación y 10 máxima puntuación.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Jugabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dificultad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Historia/trama e inmersión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sistema de logros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mantenimiento esencia saga Diablo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puntuación general de Diablo III	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cuestionario jugadores Diablo III

4. ¿Hubieras preferido la inclusión de una opción de modo de juego no online (ej:Diablo II)?

- Sí
- No

5. A continuación puntúa de 1 a 5 los siguientes aspectos, siendo 1 mínima calidad y 5 máxima calidad.

	1	2	3	4	5
Entorno gráfico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interfaz de usuario	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interacción con el medio y otros jugadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seguidores (encantadora, bribón, templario)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PvP (Combate contra otros jugadores)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oficios y artesanos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bloque 2: Objetos y Comercio

6. ¿Qué interés tienen los objetos para ti?

Ningún interés	Poco interés	Mediano interés	Bastante interés	Mucho interés
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Valora el sistema de objetos de Diablo III en función de su...

	1	2	3	4	5	6	7
Aleatoriedad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Calidad de los objetos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diversidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cantidad (botín)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Indica la frecuencia con la que utilizas la casa de subastas

	Mucha frecuencia	Bastante frecuencia	Frecuencia intermedia	Poca frecuencia	Nunca
Casa de subastas en dinero real	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Casa de subastas en monedas de oro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Indica brevemente tu opinión sobre la casa de subastas en dinero real y su impacto sobre el juego.

Ánimo, ya has completado 2 de los 4 bloques.

A continuación, pasaremos al Bloque: 3 Estilo de Juego y Metacultura.

Cuestionario jugadores Diablo III

Bloque 3: Estilo de Juego y Metacultura

10. ¿Cuántas horas diarias juegas de media a Diablo III?

- De 0 a 1 hora
- De 1 a 2 horas
- de 2 a 3 horas
- de 3 a 4 horas
- Más de 4 horas

11. ¿Cuántas horas diarias dedicas a Diablo III fuera del juego (foros, guías, vídeos, tutoriales, noticias relacionadas...)?

- Ninguna
- De 1 a 30 minutos
- De 31 minutos a 60 minutos
- De 61 minutos a 90 minutos
- De 91 minutos a 120 minutos
- Más de 2 horas

12. ¿Has consultado alguno de los siguientes recursos de Diablo III ?

	Con frecuencia	Con poca frecuencia	Nunca
Guías y tutoriales de Diablo III (clásicos y online)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Foros y comunidades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Blogs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Videos de temática Diablo III	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Historias y narraciones inspiradas en Diablo III	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. ¿Has contribuido en la generación de alguno de los siguientes contenidos?

	Creación de contenido/comentar/postear activamente	Creación de contenido/comentar/postear esporádicamente	Nunca
Guías y tutoriales online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Foros y comunidades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Blogs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Videos de temática Diablo III	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Historias y narraciones inspiradas en Diablo III	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Cuestionario jugadores Diablo III

14. ¿Cómo definirías tu estilo de juego?

- Jugador casual
- Jugador medio
- Jugador hardcore
- Jugador "Pro" (profesional que recibe ingresos)

Otro (especifique)

15. Define tu estilo de juego en base a las siguientes opciones...

	Modo Individual	Modo cooperativo multijugador
Estilo de juego habitual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estilo de juego preferido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. En base al modo clásico y al modo incondicional, indica tu modo de juego habitual y tu modo de juego favorito.

	Modo clásico	Modo incondicional
Modo de juego habitual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Modo de juego predilecto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Qué categoría de las que se ofrecen a continuación resume mejor tu estilo de juego...

- Cooperativo
- Intermedio
- Competitivo

Otro (especifique)

18. A continuación, clasifica de mayor a menor tu interés en base a los siguientes aspectos. Siendo 1 máximo interés y 5 mínimo interés.

<input type="text"/>	Exploración del mundo de Diablo III
<input type="text"/>	Interacción con otros jugadores
<input type="text"/>	Consecución de logros
<input type="text"/>	Mejora de habilidades y nivel
<input type="text"/>	Mejora de equipo y objetos.

Cuestionario jugadores Diablo III

19. ¿Has dejado de jugar a Diablo III? Si es así, indica por qué.

- No, sigo jugando en la actualidad.
- Por aburrimiento
- Por falta de tiempo
- Por falta de innovaciones
- Por falta de recursos (ordenador, internet...)
- Porque mis amigos dejaron de jugar
- Por la aparición de otro juego de mayor interés
- Por presión de familiares/amigos

Otro (especifique)

20. Si has dejado de jugar a Diablo III, indica cuándo. Si sigues jugando en la actualidad, pasa a la siguiente pregunta, P.21.

Bloque 4: Personaje e Interacción

Recordatorio: Clases existentes



21. Por favor, indica los personajes de los que dispones en tu cuenta de Diablo III.

Máximo 10 opciones.

	Bárbara	Bárbaro	Cazadora de demon.	Cazador de demon.	Maga	Mago	Médica bruja	Médico brujo	Monje (femen)	Monje (mascu)
Modo Clásico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Modo Incondicional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

22. Valora las opciones de personalización del avatar disponibles (customización)

Muy satisfactorias	Satisfactorias	Aceptables	Poco satisfactorias	Nada satisfactorias
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cuestionario jugadores Diablo III

23. Valora la importancia que tiene para ti el sistema de consecución de logros...

Muy poco importante Poco importante Medianamente importante Bastante importante Muy importante

24. A continuación, indica el porcentaje de logros que has completado.

- 0-20%
- 21-40%
- 41-60%
- 61-80%
- 81-99%
- 100%

25. Valora el sistema de adquisición de experiencia y nivel.

Muy lento Lento Equilibrado Rápido Muy rápido

26. Valora tu experiencia personal de interacción con otros jugadores.

Muy Mala Mala Regular Buena Muy buena

27. ¿Con quién juegas a Diablo III habitualmente?

- Amigos previos
- Amigos (conocidos online en Diablo III)
- Conocidos (no grado amistad)
- Desconocidos (multijugador)
- Solo

28. ¿Has entablado amistad con otros jugadores de Diablo III vía online?

- No (0 amistades)
- De 1 a 2 amigos
- De 3 a 4 amigos
- De 4 a 6 amigos
- De 6 a 8 amigos
- Más de 8

Cuestionario jugadores Diablo III

29. En el caso de que hayas entablado amistades online...¿Has quedado con ellas físicamente en alguna ocasión?

- Con todos
- Con la mayoría
- Con aproximadamente la mitad
- Con una minoría
- Con ninguno

***30. ¿Te hubiera gustado quedar físicamente con más amigos? En caso afirmativo indica las razones por las que no habéis podido encontraros. En caso negativo, responde NO.**

31. Valora de 1 a 10 las innovaciones (parches) incluidos por Blizzard desde que juegas a Diablo III, siendo 1 mínima puntuación y 10 máxima puntuación.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bloque Final: Sociodemográficas

Para finalizar, te pedimos alguna información general que nos ayudará a organizar las respuestas. Te recordamos que la encuesta es completamente anónima y que el tratamiento de la información nunca es por casos individuales. Nuevamente agradecemos tu colaboración.

32. Sexo

- Hombre
- Mujer

***33. Edad**

34. Provincia de nacimiento y lugar residencia

	Lugar de nacimiento	Lugar de residencia
Provincia	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Cuestionario jugadores Diablo III

35. De las siguientes plataformas, indica aquellas de las que dispones.

- Nintendo DS
- Nintendo 3DS
- Nintendo Wii
- Nintendo Wii U
- PC
- PS2
- PS3
- PSP
- PSVITA
- XBox360
- Ninguna

Otro (especifique)

36. Ahora, indica tu favorita...

- Nintendo DS
- Nintendo 3DS
- Nintendo Wii
- Nintendo Wii U
- PC
- PS2
- PS3
- PSP
- PSVITA
- XBox360
- Ninguna

Otro (especifique)

Cuestionario jugadores Diablo III

37. Valora tu grado de interés en los siguientes géneros de videojuegos

	1	2	3	4	5
Acción y aventura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Combate	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conducción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deportes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estrategia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Juegos de Rol de acción (Action RPG's)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Juegos de rol masivos (MMO's)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Plataformas y puzzle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sandbox	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Shooter (disparos) en primera persona	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Simulación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

38. ¿Cuál es tu inversión mensual en videojuegos?

- 0 euros
- De 1 a 20 euros
- De 21 a 40 euros
- De 41 a 60 euros
- De 61 a 80 euros
- De 81 a 100 euros
- Más de 100 euros

39. ¿Hace cuánto que juegas a videojuegos?

- Menos de un año
- De 1 a 2 años
- De 2 a 4 años
- De 4 a 6 años
- De 6 a 8 años
- De 8 a 10 años
- Más de 10 años

Cuestionario jugadores Diablo III

40. Respeto a tu ocupación, actualmente...

- Estudio
- Trabajo
- Estudio y trabajo
- Desocupado

Otro (especifique)

41. Completa la siguiente información respecto a tu familia...

	Sí	No
¿Tienes pareja (marido/mujer, novio/a)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Hijos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

42. ¿Quién te introdujo en el mundo de los videojuegos?

- Amigos/as
- Compañero/a de estudios/trabajo
- Novio/a
- Marido/mujer
- Otros miembros/as de la familia (distintos a los mencionados)
- Yo mismo

Otro (especifique)

43. ¿Hay algún aspecto de jugar a Diablo III que no hayamos nombrado en esta encuesta y que te gustaría señalar?

¡MUCHAS GRACIAS POR TU COLABORACIÓN. LA ENCUESTA HA TERMINADO!

Para cualquier consulta adicional, contactar con Héctor Puente Bienvenido en:

e-mail1: hector.puentebienvenido@gmail.com

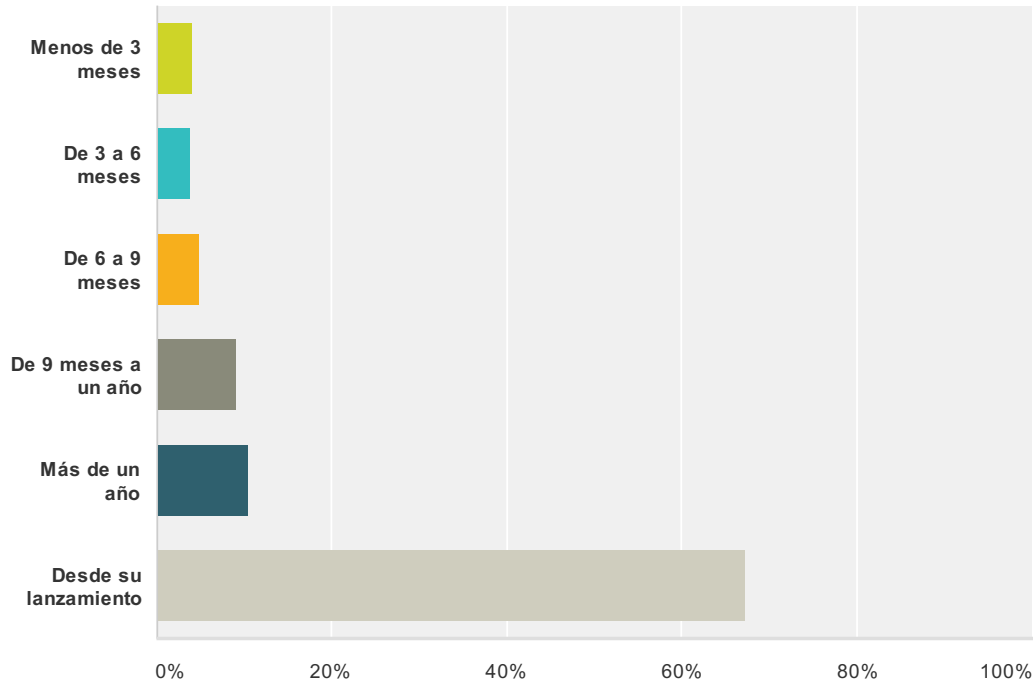
e-mail2: hector.puente@pdi.ucm.es

ANEXO V:
INFORME EXTENDIDO DATOS
ENCUESTA ONLINE

Cuestionario jugadores Diablo III

Q1 ¿Hace cuánto tiempo que juegas a Diablo III?

Respondido: 934 Omitido: 15

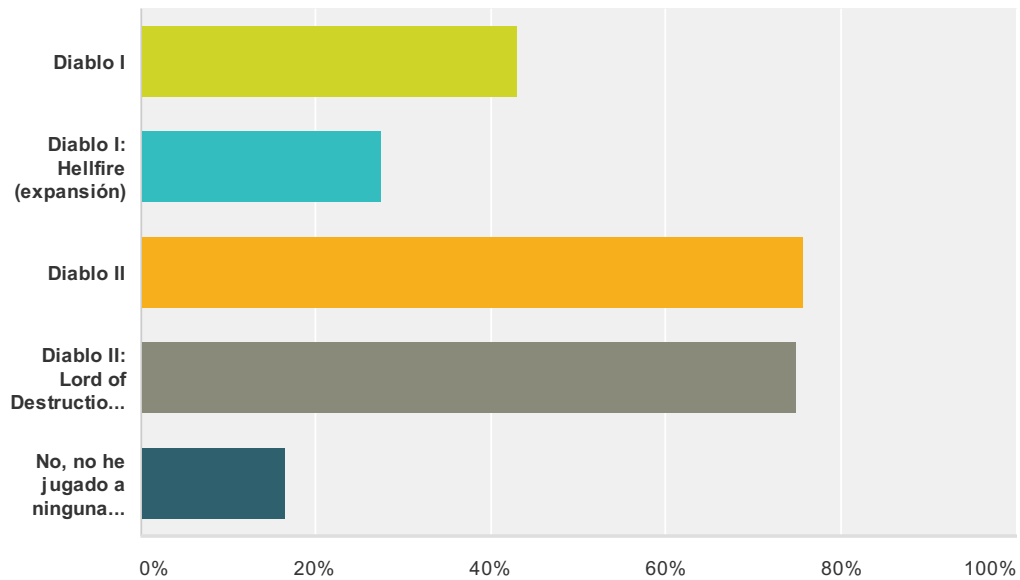


Opciones de respuesta	Respuestas
Menos de 3 meses	4,18% 39
De 3 a 6 meses	3,96% 37
De 6 a 9 meses	4,93% 46
De 9 meses a un año	9,21% 86
Más de un año	10,60% 99
Desde su lanzamiento	67,13% 627
Total	934

Cuestionario jugadores Diablo III

Q2 ¿Jugaste a alguna versión previa de la saga Diablo? (marca todas las opciones de respuesta necesarias).

Respondido: 933 Omitido: 16

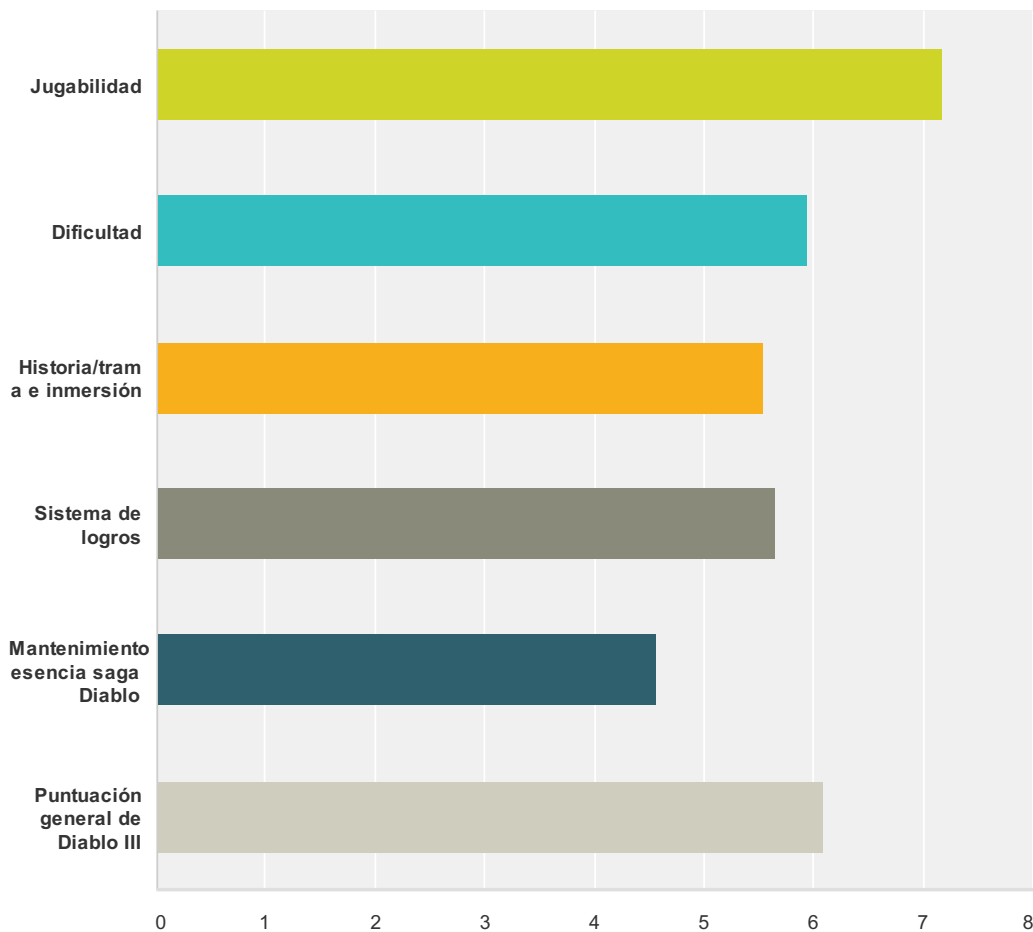


Opciones de respuesta	Respuestas	Cantidad
Diablo I	42,98%	401
Diablo I: Hellfire (expansión)	27,55%	257
Diablo II	75,67%	706
Diablo II: Lord of Destruction (expansión)	74,81%	698
No, no he jugado a ninguna versión previa de Diablo.	16,51%	154
Total de encuestados: 933		

Cuestionario jugadores Diablo III

Q3 A continuación, valora los siguientes aspectos globalmente; siendo 1 mínima puntuación y 10 máxima puntuación.

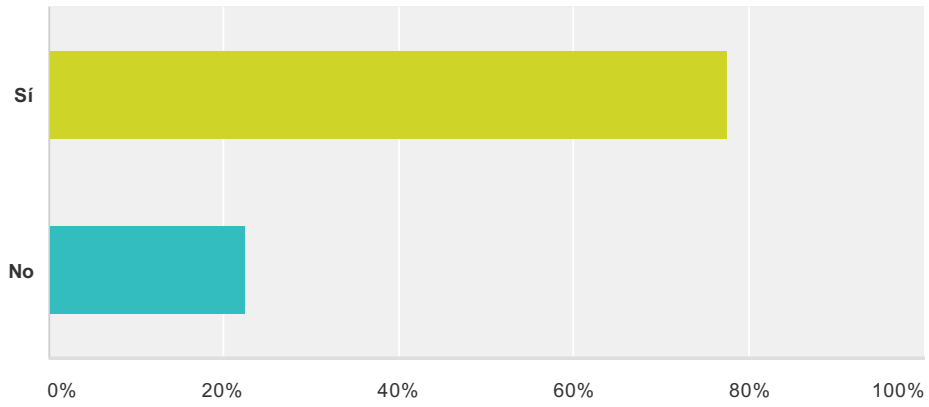
Respondido: 918 Omitido: 31



	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total	Clasificación promedio
Jugabilidad	2,40% 22	1,42% 13	3,06% 28	3,60% 33	7,97% 73	10,04% 92	19,65% 180	25,98% 238	15,28% 140	10,59% 97	916	7,18
Dificultad	5,70% 52	4,16% 38	7,23% 66	7,45% 68	16,32% 149	14,79% 135	16,21% 148	14,24% 130	8,21% 75	5,70% 52	913	5,94
Historia/trama e inmersión	6,82% 62	7,04% 64	8,47% 77	10,01% 91	16,83% 153	13,86% 126	12,10% 110	12,32% 112	8,03% 73	4,51% 41	909	5,54
Sistema de logros	8,57% 78	5,60% 51	7,69% 70	7,69% 70	16,37% 149	12,31% 112	14,95% 136	14,62% 133	7,69% 70	4,51% 41	910	5,65
Mantenimiento esencia saga Diablo	17,06% 152	9,65% 86	11,34% 101	8,64% 77	17,17% 153	12,23% 109	9,76% 87	7,30% 65	3,25% 29	3,59% 32	891	4,56
Puntuación general de Diablo III	3,41% 31	2,31% 21	6,70% 61	8,68% 79	13,52% 123	16,37% 149	23,85% 217	16,15% 147	7,25% 66	1,76% 16	910	6,08

Q4 ¿Hubieras preferido la inclusión de una opción de modo de juego no online (ej:Diablo II)?

Respondido: 908 Omitido: 41

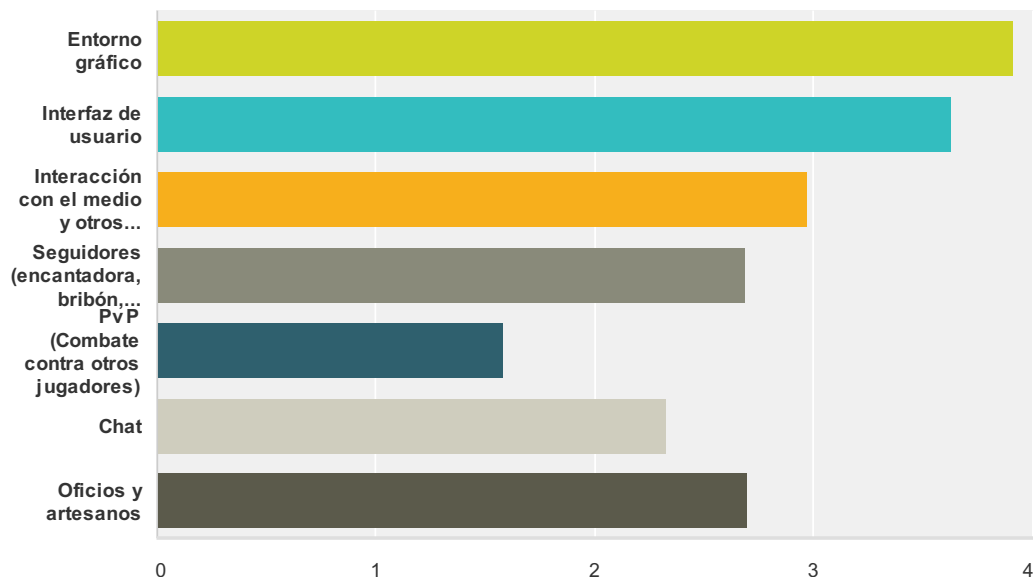


Opciones de respuesta	Respuestas	
Sí	77,42%	703
No	22,58%	205
Total		908

Cuestionario jugadores Diablo III

Q5 A continuación puntúa de 1 a 5 los siguientes aspectos, siendo 1 mínima calidad y 5 máxima calidad.

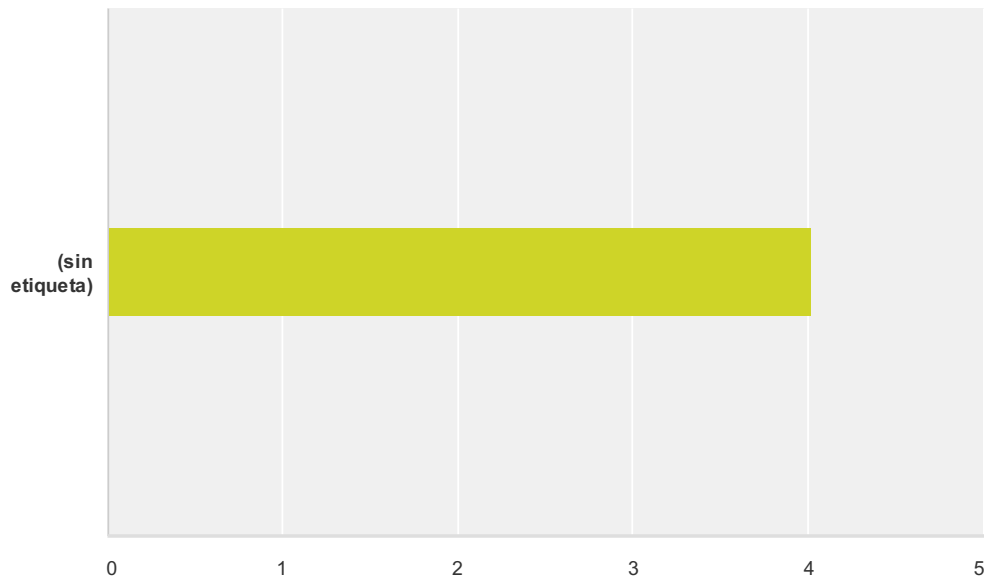
Respondido: 913 Omitido: 36



	1	2	3	4	5	Total	Clasificación promedio
Entorno gráfico	1,76% 16	3,95% 36	21,95% 200	46,32% 422	26,02% 237	911	3,91
Interfaz de usuario	2,86% 26	8,36% 76	26,62% 242	47,41% 431	14,74% 134	909	3,63
Interacción con el medio y otros jugadores	11,03% 100	22,05% 200	33,52% 304	25,58% 232	7,83% 71	907	2,97
Seguidores (encantadora, bribón, templario)	18,06% 164	23,90% 217	34,25% 311	18,39% 167	5,40% 49	908	2,69
PvP (Combate contra otros jugadores)	64,25% 575	19,55% 175	11,84% 106	3,13% 28	1,23% 11	895	1,58
Chat	28,19% 256	28,63% 260	29,19% 265	10,24% 93	3,74% 34	908	2,33
Oficios y artesanos	17,95% 163	22,91% 208	33,92% 308	21,26% 193	3,96% 36	908	2,70

Q6 ¿Qué interés tienen los objetos para ti?

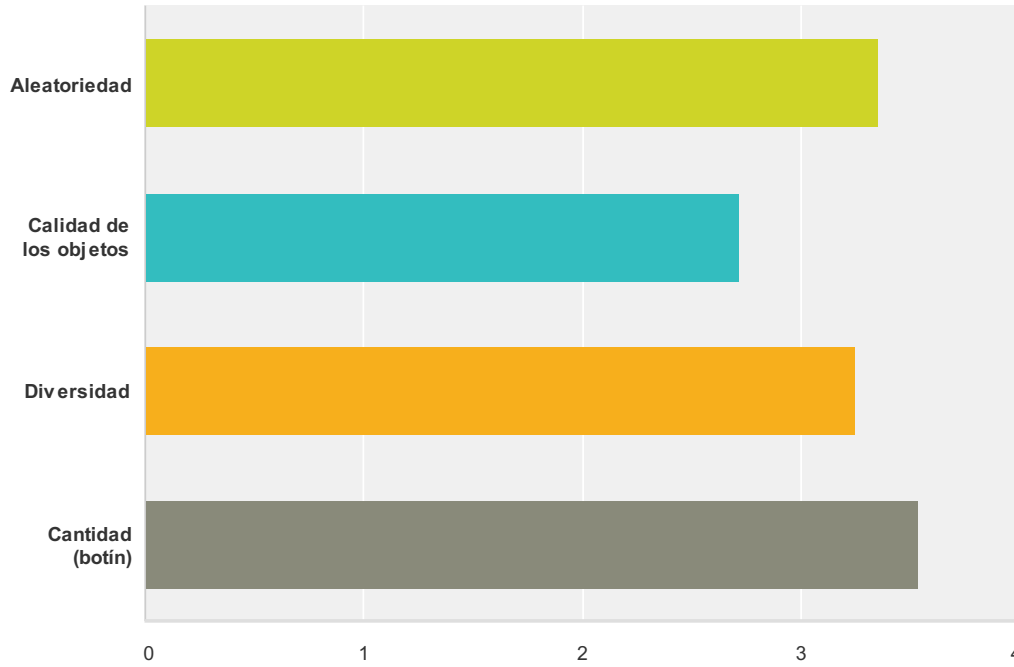
Respondido: 852 Omitido: 97



	Ningún interés	Poco interés	Mediano interés	Bastante interés	Mucho interés	Total	Clasificación promedio
(sin etiqueta)	2,46% 21	7,86% 67	17,72% 151	30,40% 259	41,55% 354	852	4,01

Q7 Valora el sistema de objetos de Diablo III en función de su...

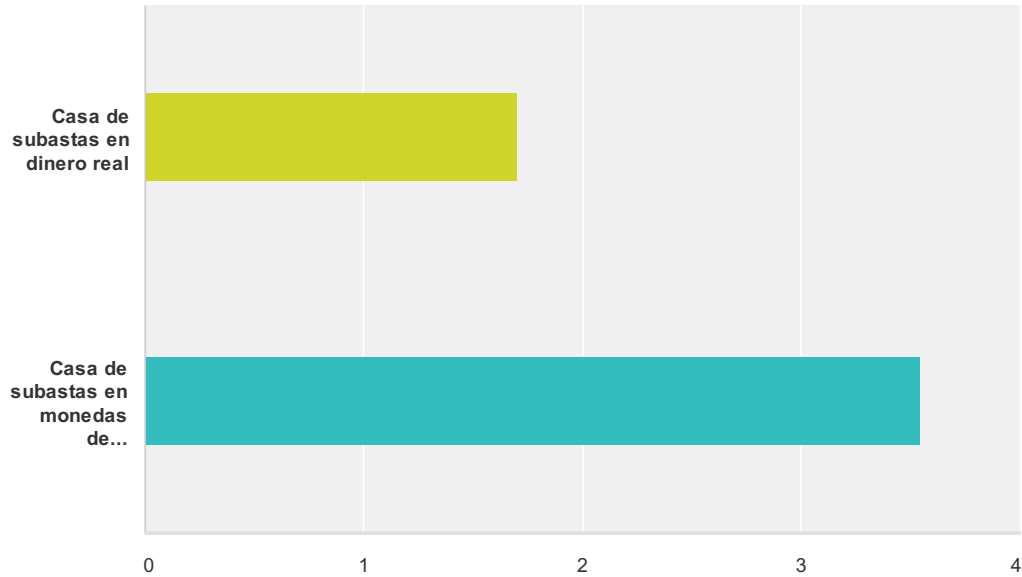
Respondido: 855 Omitido: 94



	1	2	3	4	5	6	7	Total	Clasificación promedio
Aleatoriedad	28,25% 241	14,30% 122	13,60% 116	11,37% 97	13,25% 113	8,68% 74	10,55% 90	853	3,35
Calidad de los objetos	28,08% 239	25,15% 214	18,45% 157	12,81% 109	9,28% 79	3,64% 31	2,59% 22	851	2,71
Diversidad	22,07% 188	17,72% 151	20,31% 173	15,02% 128	10,56% 90	7,39% 63	6,92% 59	852	3,24
Cantidad (botín)	16,98% 145	15,46% 132	17,45% 149	18,50% 158	16,04% 137	10,07% 86	5,50% 47	854	3,53

Q8 Indica la frecuencia con la que utilizas la casa de subastas

Respondido: 855 Omitido: 94



	Mucha frecuencia	Bastante frecuencia	Frecuencia intermedia	Poca frecuencia	Nunca	Total	Clasificación promedio
Casa de subastas en dinero real	4,36% 37	5,18% 44	6,60% 56	24,26% 206	59,60% 506	849	1,70
Casa de subastas en monedas de oro	31,40% 266	24,56% 208	20,54% 174	14,05% 119	9,45% 80	847	3,54

Cuestionario jugadores Diablo III

Q9 Indica brevemente tu opinión sobre la casa de subastas en dinero real y su impacto sobre el juego.

Respondido: 702 Omitido: 247

n.º	Respuestas	Fecha
1	Le quita toda la diversión al juego. Lo bueno de este tipo de juegos es que uno mismo busque su propio equipo y lo pase mal para conseguirlo.	02/10/2013 18:53
2	No me gusta nada que pagando dinero real tengas los mismos objetos o mejores de lo que conseguirías fameando 300 horas.	12/09/2013 23:25
3	Ha jodido el juego completamente.	10/09/2013 14:23
4	UNA PUTA MIERDA	03/09/2013 15:26
5	no me gusta que haya comercio de este tipo	31/08/2013 16:34
6	Innecesaria	30/08/2013 18:47
7	Estropea la experiencia de juego de muchos jugadores, pero, nadie esta obligado a usarla.	29/08/2013 3:10
8	puede causar perdidas por su adictividad	28/08/2013 17:35
9	Odio la idea de pagar dinero real para ganar dentro del juego, le roba dificultad.	27/08/2013 7:54
10	Amazing	23/08/2013 13:40
11	Me parece que es lo que ha roto el juego. Es lo que sobra. Parece que a Blizzard solo le interesa cojer dinero haciendo así lo juegos rapido y mal hecho.	16/08/2013 19:53
12	Parece muy buena pero lamentablemente en mi pais no se puede realizar depositos en dolares a menos que tengas una tarjeta de credito internacional	10/08/2013 0:56
13	Ok	06/08/2013 20:32
14	Revolución	28/07/2013 14:46
15	Una opcion mas	19/07/2013 15:26
16	Pay to win	15/07/2013 21:06
17	Mala idea tanto en dinero real como en la de dinero del juego. es imposible coger algo	13/07/2013 9:26
18	Si no la usas olvidate de progresar	04/07/2013 16:03
19	Truño para freaks solitarios	26/06/2013 19:52
20	Chapucero	26/06/2013 12:08
21	Creo que quitan la esencia de Diablo quitando importancia al Fameo (busqueda de objetos), ya que es mas facil obtenerlos a golpe de tarjeta.	24/06/2013 11:39
22	Ha hecho mas mal que bien. Debe suprimirse.	22/06/2013 10:37
23	Una puta mierda.	21/06/2013 23:18
24	Suficiente	21/06/2013 16:08
25	Debería ser solo con monedas de oro	19/06/2013 15:10
26	Ni idea, no la he usado demasiado	18/06/2013 21:48
27	Evolucion simplemente	16/06/2013 5:33
28	es una estafa y desequilibra el juego	15/06/2013 16:56
29	Pay to Win	15/06/2013 7:24
30	el poder lo tienen los gamer 24hrs y chinos	13/06/2013 11:51
31	Se ha convertido en un verdadero desastre con los precios inflados a causa de los bots que famean y venden cantidades ingentes de oro.	13/06/2013 8:57
32	no me interesa	12/06/2013 21:04
33	Su impacto es total y parece que es para lo único que se han molestado en desarrollar el juego.	12/06/2013 13:19

Cuestionario jugadores Diablo III

34	Creo que aunque está muy mal considerada, es una alternativa legítima para aquellos que no disponen del tiempo suficiente para conseguir los objetos que desean (yo estudio y trabajo y me es imposible echarle tantas horas como otros conocidos).	12/06/2013 12:04
35	Un timo para que el rico gane	12/06/2013 10:49
36	Bien	11/06/2013 18:20
37	Innecesaria	11/06/2013 17:55
38	Ha sido una invitación para los hackers y bidders y, por tanto, ha causado un impacto negativo sobre el juego, ya que todo gira en torno a ella	11/06/2013 16:26
39	Llena el juego de aun más bots/hacks	11/06/2013 16:22
40	El hecho de comprar oro con dinero real hace que cualquiera acceda por una cantidad ínfima a objetos de mucha cantidad en la subasta de oro, con lo que se hace más fácil jugar en dificultades altas.	11/06/2013 15:08
41	La casa de subasta de dinero real hace perder la esencia de Diablo	11/06/2013 11:10
42	Es la parte más importante para blizzard, ya que es donde gana dinero con cada transacción un 15%	11/06/2013 9:54
43	Yo e sacado beneficio,pero creo que la casa de subasta a desgraciado el juego.	11/06/2013 9:46
44	D3 = auction house	11/06/2013 5:11
45	Rotura del juego	11/06/2013 1:25
46	Desbalanceo, impacto mu negativo en el aspecto del comercio social con respecto a su anterior entrega.	10/06/2013 21:14
47	En mi opinión es uno de los factores que más matan al juego.	10/06/2013 21:01
48	Menos dinero real y mas dinero del juego	10/06/2013 20:23
49	Rompe el juego	10/06/2013 18:03
50	Si ella mucho mejor	10/06/2013 16:38
51	Estropeo el juego totalmente.Solución: ladders sin AH	10/06/2013 16:35
52	Personalmente no me parece bien que alguien que acabe de empezar a jugar y se gaste 100 € en equipo tenga mejores objetos que gente con más de 300h de juego.	10/06/2013 15:38
53	descompensan el juego	10/06/2013 15:30
54	Desvirtuacion de la esencia de los videojuegos	10/06/2013 15:08
55	LAMENTABLE.	10/06/2013 15:00
56	Es lo único que le preocupa a blizzard ahora mismo	10/06/2013 13:28
57	La verdad es que esta muy bien eso de poder vender por dinero real los objetos, pero con el tema de los bots y la venta fuera de subasta ya no se puede vender nada por dinero real.	10/06/2013 13:20
58	infla la economia del juego	10/06/2013 13:15
59	Es conocido que la RMAH de D3 un ensayo de microtransacciones para futuros juegos de Blizzard como Titán, donde presumiblemente será la piedra angular del juego. Aunque la idea en sí no es mala y su inclusión era inevitable, creo que está mal ejecutada. Aunque es relativamente fácil conseguir objetos por oro y tener un equipo decente solo fameando items y oro siempre habrá jugadores top que compren por dinero real. A pesar de todo la RMAH es un mal necesario y menor. Mucha gente juega y se divierte sin gastar dinero en la casa de subastas de dinero real.	10/06/2013 13:07
60	El sistema de subasta ha roto el juego. No se juega a diablo, se juega a la subasta de diablo y la subasta de dinero real aun empeora esto.	10/06/2013 9:26
61	Una puta mierda	10/06/2013 8:54
62	La idea era buena pero no se supo implementar bien.	10/06/2013 7:02
63	Arruino la esencia de diablo.	10/06/2013 3:46
64	El sistema de dinero real ha destruido completamente el equilibrio que había en las dos entregas anteriores y sus expansiones	10/06/2013 1:26
65	no me gusta	09/06/2013 20:41
66	nefasta, ha combertido el juego en un negocio virtual	09/06/2013 20:20
67	basura	09/06/2013 19:30
68	Ha convertido un posible buen juego en basura	09/06/2013 18:44
69	Una cagada, era suficiente con la subasta de oro	09/06/2013 18:12

Cuestionario jugadores Diablo III

70	Lo ha hecho peor. La intención era buena, pero se debería diferenciar a los jugadores que la han usado y a los que no. Y haber evitado la inflación provocada por el dinero en la casa de subastas de oro.	09/06/2013 18:12
71	Debería suprimirse, hace que los precios en oro sean prohibitivos.	09/06/2013 17:58
72	Ha hecho bastante daño al juego	09/06/2013 17:34
73	NEFASTO, IMPACTO MUY NEGATIVO	09/06/2013 17:25
74	Se ha cargado el juego	09/06/2013 16:44
75	Fatidica	09/06/2013 16:43
76	El "cáncer" de este juego	09/06/2013 16:30
77	A jodido el juego	09/06/2013 16:20
78	Creo que era necesario un sistema de RMAH o algo parecido, si bien No funciona actualmente debido a la calidad del sistema de itemización.	09/06/2013 16:13
79	saca cuartos	09/06/2013 15:27
80	Francamente, como comprador encuentro que le quita tiempo de juego para encontrar objetos mejores. Es el recurso fácil para mejorar más rápido, aunque como vendedor es mucho más útil.	09/06/2013 15:24
81	no me interesa ese tipo de contenido	09/06/2013 15:12
82	creo que ha incrementado el precio de muchos objetos y de ahí lo difícil que se hace el estar bien equipado	09/06/2013 15:06
83	Limitado, teniendo en cuenta que debes comparar el precio de dinero real con el de oro del juego (ya que puedes comprarlo también por medio de "chinofarmers").	09/06/2013 14:56
84	Se ha cargado el juego. Especuladores, inflación...etc	09/06/2013 14:43
85	Es un timo	09/06/2013 14:10
86	malo	09/06/2013 13:55
87	Creo que solo un adicto se gasta dinero real en un objeto virtual	09/06/2013 13:45
88	Una mierda, han jodido el juego	09/06/2013 13:11
89	Independientemente de la casa de subastas, deberían de haber implantado un sistema de comercio parecido a su antecesor	09/06/2013 12:16
90	ambas casas arruinan el juego	09/06/2013 12:03
91	Un retroceso en el juego	09/06/2013 11:45
92	Cada vez va a peor estas subastas	09/06/2013 11:42
93	Es una buena manera de sacar dinero por un objeto con la garantía de que si ocurre algo inesperado (robo del objeto, estafa, etc...) Blizzard responderá (En teoría). Antiguamente ya se comercializaba con dinero real y objetos... los diseñadores únicamente han querido subirse al carro, y en mi opinión, dar más facilidades al usuario.	09/06/2013 11:01
94	muy buena	09/06/2013 10:36
95	Hay que quitarlo	09/06/2013 9:43
96	nefasto y muy negativo	09/06/2013 4:23
97	€€€€€€€ para blizz y paypal, aunque solo los ""chinofarmers"" o la gran mayoría de ellos son los beneficiados	09/06/2013 3:12
98	Atrae demasiadas personas interesadas en el dinero y no en juego. Desvirtúa economía y experiencia general del juego.	09/06/2013 2:36
99	Siento que la mala calidad del loot responde a que a la empresa le conviene que caigan malos objetos así los jugadores deben usar la subasta, e ellos se quedan con una parte. Puede que esto no sea así, pero que existan ambas cosas (subasta y mal loot) solo hace que esa idea se haga mas fuerte. Conclusion, la subasta con dinero real empeora a la saga, en mi opinion.	09/06/2013 1:36
100	nadie te apunta con una pistola	09/06/2013 0:16
101	No creo que sea apropiado y no la hubiera incluido.	08/06/2013 23:45
102	Una mierda.	08/06/2013 23:41
103	Se jodio diablo	08/06/2013 22:55
104	ABSOLUTAMENTE NEGATIVA	08/06/2013 22:35

Cuestionario jugadores Diablo III

105	Caca	08/06/2013 21:52
106	Ha sido desequilibrante para el juego, un "pay to win".	08/06/2013 21:50
107	RUINA	08/06/2013 21:40
108	En mi caso no puedo dar opinion sobre ella ya que no la he utilizado	08/06/2013 21:39
109	A destrozado el juego pero supongo que Blizzard se ha forrado	08/06/2013 21:38
110	Sacapastas	08/06/2013 21:27
111	me la pela, cada uno que se sienta realizado a su manera	08/06/2013 20:41
112	me da igual	08/06/2013 20:40
113	Me parece innecesaria y creo que perjudica la esencia del juego (buscar objetos matando enemigos).	08/06/2013 19:43
114	Convierte el juego en un pay to win y eso le quita la gracia.	08/06/2013 18:42
115	Me parece bien, aunque yo no me he gastado ni un duro. Si alguien quiere pagar para ser mas tocho, que lo haga, lo que me parece un poco robo es lo de los porcentajes para blizzard y para paypal	08/06/2013 18:40
116	caca	08/06/2013 18:33
117	Lo veo como un aliciente para comerciar	08/06/2013 18:33
118	ES MALO, SE INFLAN LOS PRECIOS	08/06/2013 18:28
119	Me parece uno de los graves fallos de diablo III. Si no existiese el juego no sería tanto un negocio como es para algunos. Si blizzard sigue por ese camino perderá un cliente.	08/06/2013 17:55
120	solo juego hardcore	08/06/2013 17:32
121	Se ha cargado el juego.	08/06/2013 17:24
122	no la he usado	08/06/2013 17:00
123	para mi no hay diversion alguna en el uso de una subasta	08/06/2013 16:03
124	ningun impacto, esto ya existia en D2 con empleados involucrados en el foro d2jsp	08/06/2013 15:38
125	Ha estropeado completamente la esencia del juego.	08/06/2013 14:26
126	En mi opinión, esta bien la posibilidad de sacar algo de dinero y en el juego solo influye en el valor del oro	08/06/2013 14:26
127	Es con lo que ha querido ganar dinero Blizzard, y con lo que han conseguido cargarselo	08/06/2013 14:22
128	Convirtió el juego en un negocio, obligando a aplicar nerfs sobre cosas divertidas en las cuales podría afectar la economía del juego	08/06/2013 14:22
129	Hace que la gente sea más o menos buena en función de su dinero y no del tiempo jugado.	08/06/2013 14:20
130	Me da igual que exista pero debería haber un sistema en el que se diferenciara a la gente que la usa o no. Siempre habrá sistemas para comprar objetos con dinero real, me parece lógico que Blizzard quiera que eso se quede dentro de sus dominios y no de agentes externos.	08/06/2013 14:19
131	son chinofarmes gran idea xd	08/06/2013 14:11
132	Destruye parte de la esencia de un Juego	08/06/2013 14:01
133	Desvirtua el juego...se lo ha cargado.	08/06/2013 13:56
134	Ha destrozado el juego.	08/06/2013 13:29
135	Estrepitoso	08/06/2013 13:25
136	Mejora la economia del juego	08/06/2013 13:21
137	No me atrae ni la idea ni la realización	08/06/2013 13:07
138	Una mierda, condiciona mucho al juego y favorece a unos pocos	08/06/2013 12:30
139	Un mercardo roto, con demasiadas desigualdades.	08/06/2013 11:32
140	Aislamiento de la comunidad de jugadores de diablo que prefieren vender sus objetos en lugar de comerciar en vivo mediante oro/trueque, impactando de manera aún mas negativa en el aspecto social del juego	08/06/2013 11:28
141	Un error	08/06/2013 11:00
142	negativo	08/06/2013 10:33
143	Es una mierda, hace que el juego pierda toda su esencia	08/06/2013 10:30

Cuestionario jugadores Diablo III

144	Destrozó el sistema económico de diablo	08/06/2013 10:16
145	Es una buena idea siempre y cuando estes dispuesto a gastarte euros por un objeto virtual	08/06/2013 10:15
146	Una estrategia increíble de blizzard para hacer caja a costa de sus clientes.	08/06/2013 8:53
147	es una full de estambul :D	08/06/2013 8:50
148	no me gusta porque así todos pueden tener el mejor gear	08/06/2013 5:17
149	Alenta al fraude en todo el entorno	08/06/2013 5:07
150	baja el nivel de salud de la gente	08/06/2013 4:49
151	Fomenta los cheats	08/06/2013 4:30
152	entre un colega y yo llebamos ganados mas de 3000 €	08/06/2013 4:27
153	No me gustan los Pay 2 win (Aunque por ahora en pvp no interfiera)	08/06/2013 4:00
154	Un saca dinero de Billizard	08/06/2013 3:48
155	Mal	08/06/2013 3:23
156	Lamentablemente el juego se centro en la misma, arruinando y condicionando varios de los aspectos del juego	08/06/2013 3:09
157	No la utilizo porque me parece una tonteria pagar dinero real por objetos del juego	08/06/2013 3:07
158	No me gusta	08/06/2013 2:20
159	Un error	08/06/2013 2:15
160	Negativo. La subasta en general facilita demasiado la obtención de objetos, mas aun la de dinero real.	08/06/2013 0:38
161	Todo depende de la Casa de Subastas, hace que la busqueda de objetos sea en vano, solo interesa buscar oro	08/06/2013 0:18
162	a mi me ha servido para sacar algo de dinero oero ya no compensa vender	07/06/2013 23:50
163	Los chinofarmer dominaran el mundo	07/06/2013 23:03
164	un puta mierda	07/06/2013 23:00
165	Al inicio quiza fue positivo, pero con el paso del tiempo creo va a ser una mala inversion puesto que no toda la gente estara dispuesta a pagar con dinero real. En este punto segun que haga la gente ya se vera si sera positivo o negativo. [Perdon por la ambigüedad de la respuesta, pero era la más lógica en el rato pensando].	07/06/2013 22:34
166	Creo que es una manera eficiente de reducir el mercado negro que había en anteriores sagas, pero tal y como está hecha fuerza a la gente a usarla si quiere comprar buenos objetos (ejemplo por la compra de oro)	07/06/2013 22:09
167	No le veo sentido, convierte el juego en un PtW y rompe la esencia de intercambio de objetos de Diablo.	07/06/2013 21:44
168	La idea no es mala, pero según dicen, mató el juego	07/06/2013 21:22
169	Debería ser eliminada, solo la uso para vender	07/06/2013 20:42
170	En mi opinion la de dinero real y la de oro lo ha echado a perder en parte	07/06/2013 20:12
171	Creo que supone un plus adicional en esta entrega del juego.	07/06/2013 20:07
172	lo peor que le ha podido pasar a una saga.	07/06/2013 20:04
173	Creo que solo es una forma de obtener dinero para la empresa creadora.	07/06/2013 19:41
174	INDIFERENCIA, YO LO QUE QUIERO ES JUGAR. SI VENDO ALGO BIENVENIDO SEA PERO NO PERDERÉ MUCHO EL TIEMPO EN ELLO	07/06/2013 19:30
175	La de dinero real no debería existir ó en su defecto que no hubiera tope máximo en la virtual	07/06/2013 19:24
176	El juego se basa en la casa de subastas para conseguir equipo bueno y no debería ser así.	07/06/2013 19:19
177	Por culpa de las fluctuaciones en el precio del oro en esta subasta, el precio de la subasta normal se vuelve muy inestable al devaluarse el precio del oro	07/06/2013 19:11
178	Mata el comercio	07/06/2013 19:09
179	Al principio estaba bien, ya que no la usaba mucha gente y los valores de los objetos era bastante alto. Ahora ha aumentado tanto la gente como la cantidad de objetos por lo que ha bajado y muchas veces no merece la pena usarla. Ultimamente gente con mucha cantidad de oro esta usandola para convertir el oro en dinero creando variaciones de precio realmente no razonables en gemas.	07/06/2013 19:02

Cuestionario jugadores Diablo III

180	malo	07/06/2013 18:37
181	Basicamente ha destrozado la economia del juego	07/06/2013 18:08
182	Ya no he vuelto a jugar a Diablo 3, se me quitaron las ganas de volver a entrar	07/06/2013 17:57
183	ha sido una cagada	07/06/2013 17:55
184	Creo que no sirve excepto para gastar mas dinero en el juego.	07/06/2013 17:26
185	Es una error, una mafia que desestabiliza la economía interna del juego y segrega a los jugadores.	07/06/2013 17:24
186	Destruye totalmente el juego	07/06/2013 17:03
187	Lo ha destrozado	07/06/2013 16:17
188	Es el cancer de este juego, con unos pocos euros avanzas mas que jugando meses	07/06/2013 16:10
189	Impacto negativo, le han quitado una parte esencial del juego que era el comercio directo entre jugadores	07/06/2013 15:53
190	Deberían de quitarla,le quita toda la esencia al juego	07/06/2013 15:46
191	Quita la satisfaccion de tener un buen equipo conseguido por tu propio merito cuando otros con dinero y en menos tiempo tienen uno mejor	07/06/2013 15:36
192	Lo cambio totalmente	07/06/2013 15:13
193	Es una mierda (mas breve imposible)	07/06/2013 15:05
194	La peor idea del mundo.	07/06/2013 15:02
195	Muy útil	07/06/2013 14:41
196	Ha cambiado completamente la esencia del juego	07/06/2013 14:37
197	No puedo opinar, no la he usado nunca. Pero creo que se puede jugar perfectamente sin ella	07/06/2013 14:29
198	Facilita el juego a quien quiera pagar por ello	07/06/2013 14:13
199	Reventó el juego.	07/06/2013 13:58
200	Ha hecho que mucha gente se dedique solo a farmear objetos para después venderlos	07/06/2013 13:40
201	No me gusta la idea. Unico veneficio economico para Blizzard.	07/06/2013 13:16
202	Me gustaría una opción sin casa de subastas, valoraría mucho más la búsqueda de objetos.	07/06/2013 12:56
203	Creo que sobra, rompe completamente el juego	07/06/2013 12:54
204	no existe un control de precios, causa especulación y la unica forma de equipar bien a tu personaje es comprando	07/06/2013 12:48
205	No me parece correcta	07/06/2013 12:45
206	Rompe el juego en palabras claras	07/06/2013 12:42
207	Nunca estuve interesado	07/06/2013 12:23
208	caca	07/06/2013 12:05
209	Un cancer para el juego	07/06/2013 11:53
210	Es lo peor que le han podido dar a este juego.	07/06/2013 11:17
211	es otra opcion mas, si los jugadores podemos sacar provecho pues mejor	07/06/2013 11:13
212	Era una buena idea ... pero al haber tantísima gente llega un momento donde nadie compra nada.	07/06/2013 10:56
213	Basura y ha fastidiado el juego	07/06/2013 10:52
214	Sinceramente no me pareció una idea demasiado acertada, ya que no le veo utilidad salvo que te sobre el dinero y eso hace a la gente rica(en la vida real) mas rica en el juego.	07/06/2013 10:50
215	saca cuartos para blizzard	07/06/2013 10:49
216	Interesante ver crecer tu personaje y tu economía, pero a la larga se ha cargado todo el mercado	07/06/2013 10:41
217	Condicionante para el ambiente del juego, pero no es obligatorio utilizarla.	07/06/2013 10:39
218	Innecesario, rompe el encanto del intercambio	07/06/2013 10:30
219	Una basura para especulación	07/06/2013 10:14
220	Penoso xD	07/06/2013 9:05

Cuestionario jugadores Diablo III

221	El juego deja de ser tal para ser un mero negocio. No es necesario dedicar tiempo de verdad al juego para poder especular en la casa de subastas.	07/06/2013 8:56
222	El hecho de que acabe convirtiéndose en la única opción válida para mejorar equipo, provoca una inflación demasiado grande en el precio de objetos de alta calidad, lo que va en detrimento de la experiencia de juego.	07/06/2013 8:49
223	Pienso que ha "roto" el juego, haciendo que muchas personas jueguen a especular y "solo" por el dinero.	07/06/2013 8:43
224	a.h. en d3 solo rompe el juego,0 negociaciones (base de diablo), menos ganas de farmear, poder equiparse en mitad de tiempo que otra persona pagando dinero, en conclusion parte el juego en dos	07/06/2013 8:35
225	timo total.../pay x win	07/06/2013 8:35
226	Me parece una opción mas, en el diablo 2 ya existían páginas donde comprar objetos por dinero, de esta forma es legal y blizzard se lleva una parte.	07/06/2013 8:31
227	Es una manera de conseguir beneficios de los jugadores más hardcore.	07/06/2013 8:20
228	a mí me da igual que exista algo que escasamente voy a dar uso, pero es la inmediatez de la subasta lo que hace que su uso sea casi obligatorio si no quieres perder mucho tiempo de juego a que caiga algo que de manera muy barata puedes conseguir con oros.	07/06/2013 8:17
229	es interesante	07/06/2013 8:15
230	desastroso.todo esta orientado hacer dinero.	07/06/2013 7:39
231	Es perfecta tal y como es	07/06/2013 7:22
232	lo peor que le ha podido pasar a un juego	07/06/2013 6:39
233	desvirtua el valor real de los objetos, amén que lo veo como un sistema para hacer negocio a costa de los usuarios que ya han pagado por el juego	07/06/2013 4:56
234	Bots	07/06/2013 4:42
235	Han destrozado el juego	07/06/2013 4:38
236	Estubo bien para sacarse un dinerillo pero revento el juego un poco	07/06/2013 3:41
237	Cuando hay dupeos, se rompe durante un tiempo la economía, y el poder sacar dinero de ello anima a hacerlo	07/06/2013 3:31
238	Una puta mierda	07/06/2013 2:56
239	Totalmente asqueroso ^^, así se convierte en un trabajo creando ludopatías a montón ;D, en vez de un juego... un simple juego	07/06/2013 2:30
240	Estás obligado a usarla si quieres hacer algo en dificultades altas	07/06/2013 2:25
241	Echo a parecer la esencia de diablo (saga)	07/06/2013 2:01
242	Una manera de beneficiarse Blizzard	07/06/2013 1:29
243	No vale para nada la real xD	07/06/2013 1:26
244	lo ha jodido	07/06/2013 1:24
245	es un exploit, jode la economía del juego	07/06/2013 1:12
246	Sobra, el juego se basa en usar la casa de subastas más que en dedicarle tiempo al propio juego.	07/06/2013 0:57
247	Se lo ha cargado	07/06/2013 0:54
248	No tengo una opinión al respecto, no la uso ni la usaría nunca.	07/06/2013 0:43
249	Está bien para sacarles dinero a los gilipollas que pagan :D	07/06/2013 0:38
250	Simplemente me parece bien que exista. Respecto a este tema pienso que deberían de mejorar el loot para que por una parte la mayor parte de los jugadores tenga posibilidades de equiparse bien con lo que le cae, y por otra parte bajaría el precio tanto en oro como en dinero real de los objetos, los cuales los veo desorbitados por la escasez de objetos "top" que caen	07/06/2013 0:35
251	Pierde toda la gracia del juego, y ayuda a proliferar farmers y bots.	07/06/2013 0:28
252	no la he usado, pero supongo que el impacto será positivo o negativo según desde el punto de vista.	07/06/2013 0:28
253	No debería existir	07/06/2013 0:20
254	Creo que destroza el juego	07/06/2013 0:14
255	especulación pura y dura.	07/06/2013 0:01
256	Pay to win	07/06/2013 0:01

Cuestionario jugadores Diablo III

257	Provoca un efecto de inflación en la casa de subastas de oro por la tendencia de poner los objetos buenos en subasta de dinero real. Me parece un enorme atraso esta subasta.	06/06/2013 23:56
258	me parece una buena idea aunque mal llevada a la practica	06/06/2013 23:51
259	Pues tiene un muy buen impacto, yaa que asi le das mucho valor a los objetos, no solo un valor de prestigio en el juego, si no tambien un valor economico en la vida real	06/06/2013 23:47
260	sobra, un negocio dentro de un juego.	06/06/2013 23:39
261	me da igual	06/06/2013 23:38
262	Es la piedra central sobre la que se construyó el juego y debido a eso hay varios problemas graves en el sistema de drop que en realidad no tienen solución sin que la RMAH desaparezca, cosa que obviamente no va a pasar.	06/06/2013 23:37
263	La subasta de dinero real permite al jugador hacerse con ingresos muy respetuosos, además de poder comprar objetos que mejoren su propio personaje. Quizás la gente no se ha tomado bien este tipo de subasta, pero lo mejor está ahí, y si uno mismo puede lucrarse de eso, por qué no usarla?	06/06/2013 23:30
264	igual a los jugadores casuales	06/06/2013 23:28
265	No me gusta	06/06/2013 23:27
266	Interesante. Permite que los que no tienen tiempo puedan tener un buen personaje y a la vez "recompensar" a los que juegan mucho	06/06/2013 23:14
267	Hace que Diablo sea un juego pay to win, ya que equiparse con buen equipo fameando por uno solo es practicamente imposible	06/06/2013 23:13
268	Pagar para ganar, no era necesaria	06/06/2013 23:13
269	EN EL JUEGO SALEN OBJETOS DE MALA CALIDAD Y LOS BUENOS ESTAN EN LA CASA DE SUBASTAS	06/06/2013 23:00
270	no debería existir	06/06/2013 22:58
271	Ha destrozado la esencia de Diablo	06/06/2013 22:57
272	bueno.	06/06/2013 22:56
273	horrible	06/06/2013 22:48
274	es una mierda	06/06/2013 22:43
275	No creo que haya hecho ningun daño al juego hace que las personas tengamos un modo seguro de intercambiar	06/06/2013 22:41
276	Simplemente no debería existir...	06/06/2013 22:39
277	Sacar dinero a los jugadores...	06/06/2013 22:36
278	no una obligacion, es una opcion mas	06/06/2013 22:32
279	Desastrosa	06/06/2013 22:27
280	la subasta con dinero real ha echo del juego una basura	06/06/2013 22:21
281	BREVEMENTE: UNA MIERDA MUY GRANDE.	06/06/2013 22:15
282	Poco Esfuerzo.	06/06/2013 22:10
283	Convierte el juego en un Pay-To-Win(en este caso Pay-To-Improve), algo que siempre empeora un juego	06/06/2013 22:09
284	Su impacto ha sido devastador, desequilibra el juego en sí y devalúa la moneda ficticia hasta fines inesperados.	06/06/2013 22:05
285	me parece absurdo gastar dinero real en algo virtual	06/06/2013 22:04
286	No me gusta para nada la subasta de dinero real y se ha cargado la esencia de diablo	06/06/2013 22:02
287	Estoy a favor de la RMAH y creo que tiene un impacto positivo.	06/06/2013 22:02
288	Nos hacen sentir "pets" de blizzard.	06/06/2013 21:58
289	Chino farmers hunden la economia, y gente que pide mucho por poco	06/06/2013 21:49
290	Una mierda destrozajuegos	06/06/2013 21:49
291	Una vergüenza, descompesación total (chino farmers)	06/06/2013 21:48
292	Sólo la uso (en realidad la usaba y muy poco) para vender algún objeto. En cuanto a su impacto, pues que es otra forma de comprar objetos, de forma legal al menos. Si no existiera los objetos se comprarían y venderían en otros sitios, y aún así se sigue haciendo. A mi ni me ha molestado ni ha influido en mi forma de jugar ni lo más mínimo.	06/06/2013 21:44

Cuestionario jugadores Diablo III

293	Me parece un gran aliciente siempre y cuando se pueda generar dinero, antes se podían vender objetos por 10-50€ de modo frecuente, ahora mismo ya no se vende nada ni por 5€.	06/06/2013 21:43
294	Nunca debería de existir. Pay to win.	06/06/2013 21:40
295	Sacacuartos.	06/06/2013 21:37
296	Destroza el juego	06/06/2013 21:35
297	Util para quien la use, evitable para los demás.	06/06/2013 21:33
298	Jamás mezclaría el juego con el dinero.	06/06/2013 21:31
299	Es una mejora acertada	06/06/2013 21:28
300	Ha sido creada con animo de lucro	06/06/2013 21:20
301	En cierta manera no me parece mal, siempre ha habido venta de objetos fuera del juego.	06/06/2013 21:15
302	Me parece bien para el que no tenga tiempo ni ganas de tirarse horas para conseguir las cosas.	06/06/2013 21:14
303	Destroza totalmente la inmersión en el juego ya que se centra en ser economistas expertos en vez de la jugabilidad del propio juego.	06/06/2013 21:10
304	Mala	06/06/2013 21:09
305	robo	06/06/2013 20:59
306	Demasiado dinero para blizzard ;)	06/06/2013 20:55
307	La casa de subastas de dinero real, también conocida como RMAH, ha sido uno de los elementos más perjudiciales sobre D3 ya que esto ha dado pie a que muchos usuarios (o no usuarios: Bots) rebienten la economía interna del juego para enriquecerse	06/06/2013 20:54
308	Se ha cargado completamente una parte muy importante del Diablo, el comercio cara a cara.	06/06/2013 20:41
309	Es un atajo	06/06/2013 20:36
310	nefasta, el gran fallo del juego	06/06/2013 20:35
311	Necesaria para avanzar	06/06/2013 20:10
312	Los bugs del juego que son explotados para conseguir realizar duplicados rompen la economía existente en el juego. También hay personas cuyo oficio es jugar todo el día para conseguir objetos que vender en dicha casa de subastas. Es un arma de doble filo: si tienes dinero, ¿por qué no gastarlo? Está bien que den la posibilidad, pero no que se fomente en exceso	06/06/2013 20:01
313	hemos pasado de ser jugadores, a ser clientes	06/06/2013 19:52
314	Me parece una "herramienta" absurda que anula bastante la esencia de los anteriores juegos de la saga	06/06/2013 19:34
315	Convierte el juego en un pay to win, pero sería igual si no existiera, ya que en Diablo II no existía y había comercio por euros en internet	06/06/2013 19:32
316	Creo que ese tipo de subasta lo único que hace es rebentar la esencia del juego dando oportunidad, a los que tienen más recursos, aunque legítima, de tener el mejor personaje.	06/06/2013 19:23
317	el que tiene plata se ama en 2 segundos pero también es un medio económico para muchos jugadores	06/06/2013 19:07
318	Rompe el juego	06/06/2013 18:42
319	Me parece indiferente, es una opción más, respetable	06/06/2013 18:38
320	Me parece que fue algo bastante negativo	06/06/2013 18:05
321	Ha convertido el juego en un simulador de bolsa y un negocio.	06/06/2013 17:15
322	pemiciosas para el juego	06/06/2013 17:14
323	Es una forma de que gente que no puede permitirse gastar dinero gane alguno vendiendo objetos y así poder comprar otras cosas	06/06/2013 17:08
324	Timo	06/06/2013 17:02
325	Los objetos que te tocan a ti nunca son caros	06/06/2013 16:37
326	Es el mayor problema que tiene el juego	06/06/2013 16:36
327	Sube mucho los precios de la AH normal	06/06/2013 16:24
328	mala	06/06/2013 16:04
329	Cancer	06/06/2013 15:58

Cuestionario jugadores Diablo III

330	Solo la he utilizado una vez, y me gasté únicamente 2 euros. Estaba encaprichada de un casco.	06/06/2013 15:49
331	No debería de existir	06/06/2013 15:27
332	no me gusta y eso a jodido el juego	06/06/2013 15:13
333	Convirtió D3 en un trabajo	06/06/2013 15:09
334	Ha perjudicado en gran medida la experiencia del juego, ya que, aunque siempre habrá páginas externas donde se comercie con dinero real, la esencia del juego se ha perdido ya que los mejores jugadores siempre serán los que han metido mas dinero.	06/06/2013 15:06
335	Eurossss	06/06/2013 14:56
336	Ha destrozado el sistema de comercio jugador a jugador que hacia tan interesante jugar diablo 2, para mi es uno de los peores aspectos del diablo 3	06/06/2013 14:55
337	Limita gravemente las posibles mejoras en el sistema de drop del juego.	06/06/2013 14:53
338	Mola bastante y tiene mas impacto del q la mayoría de nosotros desaramos	06/06/2013 14:44
339	mala ya que ha hecho que los precios se disparen por afan de ganar dinero real	06/06/2013 14:29
340	jodido	06/06/2013 14:15
341	Puede alterar el equilibrio del juego, obteniedo objetos u oro por dinero real.	06/06/2013 14:11
342	Ayuda rápida y fácil	06/06/2013 14:04
343	Desequilibra el juego, sólo consigues buenos objetos si inviertes dinero real, esos objetos no aparecen jugando.	06/06/2013 14:02
344	Deberia desaparecer	06/06/2013 13:49
345	no la visto, así que no puedo opinar	06/06/2013 13:35
346	Nefasta	06/06/2013 13:34
347	Desequilibra el juego completamente	06/06/2013 13:28
348	Creo que estan bien las dos	06/06/2013 13:22
349	En mi opinión no debería existir	06/06/2013 13:21
350	Bli\$\$arzd	06/06/2013 13:18
351	Creo que convirtió el juego en un negocio.	06/06/2013 13:18
352	Una manera de sacar dinero, con un impacto completamente negativo sobre el juego	06/06/2013 12:54
353	Bien me gusta	06/06/2013 12:53
354	Si no hubiera gente desesperada por lo que ocurre en un videojuego, no tendría sentido su existencia, pero como se ha visto que sí existe esa gente (vease Diablo 2), una manera de controlar un poco esa desesperación, es a través de la casa de subastas en dinero real. En definitiva me parece una buena herramienta, pero usada en malas manos puede ser peligrosa.	06/06/2013 12:47
355	Buena. Sustituye al comercio ilegal exterior. tiene el fallo que es de obligado uso por el límite de 2000Mmo de la subasta de mo. Con esto se obliga a los jugadores a utilizar la RMAH para los objetos top, lo cual es injusto.	06/06/2013 12:41
356	No me parece mal que exista. Si alguien la usa es porque quiere.	06/06/2013 12:37
357	una mierda	06/06/2013 12:30
358	Bastante mejorable, pero para mi , creo que es necesaria	06/06/2013 12:14
359	Le ha quitado diversión al juego.	06/06/2013 11:46
360	desvirtua el juego	06/06/2013 11:27
361	Es sólo una herramienta especulativa, no aporta ninguna otra experiencia al juego	06/06/2013 10:40
362	Se han cargado la saga, ni más ni menos.	06/06/2013 10:37
363	La esencia de diablo se pierde al integrar tal función.	06/06/2013 10:29
364	No la he utilizado y de momento no quiero. Quien quiera ahí esta para usarla.	06/06/2013 10:19
365	Creo que el juego pierde la esencia del tradeo existente en Diablo 2. Además, el hecho de hacer posible lucrarse económicamente hace proliferar la aparición de personas que utilizan el juego como medida de especulación para su propio interés, afectando dramáticamente al precio de objetos de alto nivel y dificultando en gran medida el avance natural de muchos jugadores.	06/06/2013 10:16

Cuestionario jugadores Diablo III

366	Si hubiera mejor drop no se usaría. Mucho impacto	06/06/2013 10:07
367	Si se pretende ser un jugador competitivo comprender y saber manejar tanto la AH como la RMAH es vital. Hay que gastar mucho tiempo en entenderla y saberla usar. Con esto no quiero decir que llegue a ser aburrido, sino que toma lo que a mi parecer es, demasiada importancia. Para conseguir objetos matar bichos no es lo importante, sino saber hacer dinero y buscar los objetos en ambas AH o en foros externos	06/06/2013 9:53
368	El impacto en el juego es demasiado grande. Además encarece mucho la casa de subastas en monedas de oro	06/06/2013 9:39
369	Aunque personalmente no me gusta, he de decir que lo he aprovechado vendiendo objetos, y gracias a ello he conseguido otros títulos de Blizzard. sobre su impacto en el juego, esta clara, por culpa de ella, esta saga se ha convertido en un pay to win. aunque no sea necesario utilizarlo.	06/06/2013 9:38
370	Te das cuenta que es mucho mas rentable q la de oro, y si tienes objetos que vender mejor que mejor. Se hace necesario la AH ya sea de dinero real o de oro para poder montarte un buen personaje	06/06/2013 9:38
371	Un impacto positivo para personas que como yo, solos e centran en un PJ. Lo que me cae, para el resto, lo vendo y no me ocupa espacio inutil.	06/06/2013 9:30
372	Es pagar para ganar! Excesivo el 15%	06/06/2013 8:59
373	una gran idea	06/06/2013 8:32
374	Se ha cargado el juego. Punto.	06/06/2013 8:21
375	Reventó el juego	06/06/2013 7:52
376	No es cómoda	06/06/2013 7:38
377	Ojala vendiera mas y sobre el juego negativo.	06/06/2013 7:32
378	La RMAH es un elemento del que mucha gente se queja, sin embargo me parece bien su existencia porque en cualquier caso siempre ha existido el mercado negro de oro y objetos en paginas no oficiales. Blizzard se saca dinero, vale, pero al menos te garantiza seguridad en el proceso (aparte de que nadie te obliga a ello)	06/06/2013 2:38
379	Es una lacra para el juego y la causante de sea 100% online, son los 2 grandes tumores del juego.	06/06/2013 2:15
380	Me parece buena idea para la gente que tenga dinero para comprar objetos y para la gente que se saca un dinerillo extra vendiendo objetos por ahí	06/06/2013 2:01
381	El impacto ha sido tremendamente negativo debido a que la RMAH ha sido un un gran incentivo para que el juego sea mas una busqueda de billetes que un juego de rol para divertirse.	06/06/2013 1:43
382	está bien lo que pasa que esta todo muy caro, eso es todo	06/06/2013 1:41
383	Desmorona todo el juego debido a que le los jugadores top saca de ella las mejores piezas del juego. Ademas los items de Casa de subastas en monedas de oro deveraia solo poderse vender en eso caso no permitir que se compre en las de oro y luego pasarla a la de dinero real para asi sacar mayores beneficios.	06/06/2013 1:39
384	No es necesaria	06/06/2013 1:38
385	Me parece que se tendría qque borrar la casa de monedas de oro ya qu esta obsoleta, todos los items son o crafteados o para noobs que les gusta pasarse un juego nerfeado	06/06/2013 1:32
386	No me gusta	06/06/2013 1:32
387	Excesiva	06/06/2013 1:28
388	La casa de subastas de dinero real es una puta mierda, te obligan a usarla porque si no no avanzas, y para un gamer como yo es necesario avanzar.	06/06/2013 1:23
389	Una buena forma de comercio	06/06/2013 1:23
390	Me parece bien que se mueva dinero con los videojuegos, impacto sobre el juego; algunas personas solo famean para sacar dinero y vender objetos por lo que el juego es subjetivo, simplemente es un trabajo mas	06/06/2013 1:18
391	es una basura, destroza totalmente el juego... para que jugar para conseguir equipo... y puedes pagarlo con dinero real...	06/06/2013 1:02
392	Interesante	06/06/2013 0:50
393	genera una economía extra para los gamers puros, sim embargo impacta negativamente en los que jugamos regularmente	06/06/2013 0:41
394	Es una buena opción si lo que quieres es gastarte el dinero en eso, la cual no es mi prioridad	06/06/2013 0:16
395	Ha catapultado al juego a los infiernos.	06/06/2013 0:16
396	Es una buena herramienta, lo malo es el drop de objetos, que te obliga a pasar por ella.	06/06/2013 0:16

Cuestionario jugadores Diablo III

397	No me gusto, a veces no se si estoy en diablo 3 o ebay.	06/06/2013 0:10
398	catastrófico	06/06/2013 0:04
399	mal	06/06/2013 0:02
400	Creo que ha sido un error, unica y exclusivamente para beneficio de la compañía	05/06/2013 23:55
401	Chi-nos a tropel	05/06/2013 23:43
402	En resumen, ha sido la puerta grande por donde han entrado los chinofarmers. Y de forma legal.	05/06/2013 23:42
403	Lamentable	05/06/2013 23:40
404	Ha sido una buena idea para comprar objetos y oro a falta de tener oro en el juego pero los precios que pone la gente se pasan un poco	05/06/2013 23:39
405	pay2win	05/06/2013 23:23
406	basura	05/06/2013 23:20
407	El que quiere la usa y el que no, no. No creo que afecte mi experiencia de juego el hecho de que otra persona compre con dinero real. No es un juego de competencia con otros jugadores	05/06/2013 23:13
408	Estafa perpetrada por ActiBlizz para llevar el modelo de mercado WoW al Diablo 3. Impacto escaso para los que "juegan" respecto de los gamers que tienen Streaming y ganan dinero por ello.	05/06/2013 23:07
409	Desde el punto de vista empresarial todo un éxito, desde el punto del player es un juego Pay To Win ;)	05/06/2013 22:48
410	Pierde su esencia de juego. Te haces muy pronto con objetos que no deberías tener hasta haber avanzado mucho en el juego.	05/06/2013 22:44
411	no me gusta nada y creo que perjudica al juego	05/06/2013 22:40
412	No me interesa gastar dinero real en objetos	05/06/2013 22:39
413	a perjudicado enormemente al juego y la relacion entre jugadores	05/06/2013 22:33
414	Ha destrozado toda la esencia de lo que era Diablo, una casa de subastas de dinero real que influye directamente en el juego y en la subasta de oro puesto que este lo puedes comprar tmb por dinero.	05/06/2013 22:31
415	Realmente me parece una buena idea, ya que regulan el "mercado negro" visto en D2. En general la subasta de dinero real y la de oro no se diferencian tanto, aunque si parece que al estar los precios por oro tan altos, rinde más gastar unos pocos euros.	05/06/2013 22:24
416	sin comentarios	05/06/2013 22:23
417	Impacto negativo	05/06/2013 22:23
418	desequilibra mucho el juego	05/06/2013 22:22
419	No me interesa	05/06/2013 22:21
420	Sin andarme con rodeos, tanto la subasta de oro como la subasta de dinero real han destrozado la saga diablo que se basaba en el trueque..	05/06/2013 22:13
421	El problema son los chinos, y el oro no se debería de poder vender.	05/06/2013 22:11
422	Destrozar el juego, se debe de hacer un juego para relaciones entre jugadores, no esto, que está para financiarse la empresa.	05/06/2013 22:07
423	Cada cual es libre de utilizarla o no, a pesar de que yo no tengo intención de usarla nunca debido a que encuentro absurdo gastar dinero real en cosas sin ningún valor, veo bien su existencia así blizz controla las ventas dentro del juego para aquellos usuarios que desean gastar su dinero en el juego y antes debían ir a páginas externas que podrían ser de dudosa credibilidad	05/06/2013 22:04
424	No debería existir, es la economía de blizzard	05/06/2013 21:43
425	Le quita esencia al juego	05/06/2013 21:39
426	Es injusta	05/06/2013 21:37
427	Creo que dicha subasta es otro medio más. Aunque Blizzard se lleve bastante dinero de las transacciones que se llevan a cabo, realmente la gente seguirá pagando (a Blizzard o a terceros) para que sus pjs sean geniales, así que, como he dicho, la subasta es otro medio para conseguir equipo.	05/06/2013 21:36
428	Quien quiera gastar que gaste.	05/06/2013 21:31
429	El impacto es muy elevado y bajo mi forma de vista negativo. No es la esencia de diablo.	05/06/2013 21:28
430	totalmente innecesaria para el juego y un punto negativo a la jugabilidad	05/06/2013 21:28

Cuestionario jugadores Diablo III

431	Muchos juegos online tienen la opción de usar \$\$\$ para adquirir ventajas en el juego ya sea para el aspecto gráfico.. (colores o efectos de armas, etc) para algún tipo de mascota o para modificar DIRECTAMENTE al jugador mediante nuevos ítems o habilidades... Y me parece perfecto! muchas personas se quejan de esto pero los que se quejan lo hacen porque no tienen dinero ni la posibilidad de avanzar en el juego de esa manera... La cuestión está en este mismo punto; las personas que no tienen \$\$ para invertir o simplemente optan por no hacerlo deberían tener casi la misma posibilidad de progresar en el juego... Cosa que actualmente se está resolviendo con los crafeos de amuertos, brazales y guantes y con la itemización del próximo parche se va a continuar avanzando. Pero estoy a favor por muchos motivos, uno de ellos es también la cuestión de que no todos pueden estar 10 horas en el día jugando o más, algunos cuentan con 1 hora o 2 y estas personas también deberían sentir que de alguna manera progresan en el juego.. El ERROR que a mi parecer cometieron los diseñadores fue crear la RMAH y dar la opción a la gente que con tan solo 20 o 25 horas de juego y pueden usar VISA de convertirse en personajes TOP cuando muchos jugadores con 100, 500 o 2000 horas no pueden lograr, y eso está dado obviamente por la falta de buenos crafeos y la mala itemización .	05/06/2013 21:22
432	Es un sumidero de dinero que se sostiene por mal diseño de las clases melee	05/06/2013 21:22
433	Fuera de control desde el principio	05/06/2013 21:21
434	Creo que la existencia de la casa de subastas tiene impacto negativo sobre el sistema de recompensas del juego. Tal y como está ahora, se limita a acumular cantidades ingentes de oro, en lugar de ser como el DII un sistema de reforzamiento de tasa variable.	05/06/2013 21:14
435	es una estafa para los jugadores (algunos hacemos negocios) un negocio perfecto para los creadores...	05/06/2013 21:12
436	Estoy en contra del sistema de dinero real, pero si a otros les gusta no tengo problemas de que exista.	05/06/2013 21:08
437	no a sido una buena idea	05/06/2013 21:06
438	arruina la experiencia del juego. Pay to win.	05/06/2013 21:06
439	Si, se vendiese algo seria la hostia, ha cambiado el juego pero no es tan buena como la pintan.	05/06/2013 21:03
440	Me parece razonable, ya existia, ahora simplemente lo han oficializado.	05/06/2013 21:03
441	Es buena, pero se abuso mucho de ella. Items dupeados, Bots, etc	05/06/2013 20:52
442	Causa que la casa de subastas de oro tenga precios en extremo altos.	05/06/2013 20:48
443	.	05/06/2013 20:40
444	inflación de oro, afectando directamente a los precios en la subastas por oro	05/06/2013 20:37
445	Un gran añadido para dar posibilidades económicas al juego.	05/06/2013 20:35
446	Ayuda un poco cuando vas con poco equipo, se encuentran ofertas muy buenas jeje	05/06/2013 20:34
447	peísima. Pay to win.	05/06/2013 20:28
448	quien gasta pasta es porque le sobra	05/06/2013 20:14
449	El poder vender por dinero real es un incentivo, por lo demás no creo que me influya en nada más	05/06/2013 20:12
450	Ha perjudicado la economía del juego y a la mayoría de jugadores.	05/06/2013 20:05
451	No creo que tenga un impacto negativo, pero yo no la uso.	05/06/2013 20:05
452	nunca la he usado	05/06/2013 19:54
453	Es lo peor que han podido hacer. Queda reflejado como en incondicional la casa de subastas funcionaba mejor por no tener el modo de dinero real.	05/06/2013 19:51
454	Ha hecho que mafias chinas vean un filon	05/06/2013 19:46
455	Ha hecho que el juego pierda su esencia, tanto la de dinero real, como la del dinero del juego	05/06/2013 19:45
456	lo veo mal y bien según lo mire	05/06/2013 19:44
457	circulo vicioso sin fin	05/06/2013 19:35
458	Me parece correcta, una innovación que usarán todos los juegos.	05/06/2013 19:29
459	creo que está bien !! si no se hubiera implementado la gente habría utilizado ebay o otros medios como paso en D2	05/06/2013 19:22
460	negativo, ha roto el juego por completo donde la gente con gran poder adquisitivo puede equipar su personaje sin ningún esfuerzo y los llamados chino-farmers realmente ganan mucho dinero gracias a este juego	05/06/2013 19:21
461	Un negocio del que no seré participe. Es un juego. ¿Estamos locos?	05/06/2013 19:10
462	El juego se basa en la casa de subasta no en la diversión de el jugador	05/06/2013 19:09

Cuestionario jugadores Diablo III

463	chinofarmers everywhere	05/06/2013 18:55
464	Es una manera de adinerarse a costa de conseguir buenos objetos	05/06/2013 18:55
465	No sabe, No contesta.	05/06/2013 18:41
466	La casa de subastas ha convertido el d3 en un pay to win y no en un arpg como debería, pudiendo sin ningun esfuerzo llegar a conseguir el equipo para cualquier situación en lugar no la construcción y mejora de tu personaje, que es la esencia (En este momento).	05/06/2013 18:37
467	Única forma de equiparse	05/06/2013 18:25
468	No estoy totalmente e contra, aunque reduce enormemente el valor de la moneda del juego. Practicamente hasta el punto de que usarla alguna vez sea obligatorio. Las comisiones de Blizzard son abusivas.	05/06/2013 18:25
469	Me parece que rompe totalmente el equilibrio del juego	05/06/2013 18:22
470	Beneficios para la compañía y en general todos los jugadores que puedan permitirlo. Benefecia evitar comprar a 3eras empresas.	05/06/2013 18:21
471	Me parece muy mal el enfoque que le dieron al juego,hay gente que juega casi por obligacion en llugar de por diversion.Algo que sobra totalmente en el juego.	05/06/2013 18:20
472	La gente se aprovecha del cambio de divisas y es capaz de equiparse en nada pagando dinero real, mientras que si te lo quieres sacar farmeando te pasas cientos (y no exagero) de horas para el mismo equipo.	05/06/2013 18:13
473	facil, el que tiene dinero se mota un player top en 2 minutos.	05/06/2013 18:02
474	Buena idea pero mal implementada, ha generado una inflación.	05/06/2013 18:01
475	Como ebay, amazon, thomman y otras páginas del estilo, una vez que te subes a ellas no te bajas	05/06/2013 18:00
476	Mi opinion es que facilita mucho lucrarse utilizando el juego y por ello el uso de bots, exploits, etc.	05/06/2013 17:58
477	A veces si no tienes dinero real es dificil hacerte con objetos realmente buenos.	05/06/2013 17:54
478	Solo genera inflación de oro y hace que todo cueste mas	05/06/2013 17:54
479	No me parece algo que dañe el juego	05/06/2013 17:54
480	es una basura, ha destrozado la saga	05/06/2013 17:51
481	es curioso, le da un punto extra, pero hay cosas mucho mas importantes	05/06/2013 17:42
482	pay to win	05/06/2013 17:39
483	Debido a la poca aleatoriedad y pésima calidad de los objetos caídos, la casa de subastas la veo necesaria y bastante útil	05/06/2013 17:39
484	Es un robo, solo sirve para que la gente se deje su dinero para al siguiente parche nerfear esa clase de objeto y literalmente es quemar el dinero	05/06/2013 17:38
485	Caca	05/06/2013 17:37
486	Desestabiliza la economía ingame.	05/06/2013 17:37
487	La idea no es mala, que mas quisieran todos los jugadores el poder disfrutar de un juego y aparte tener la posibilidad de sacarse algun euro. El problema es que al teoria pinta bien, pero la practica dice todo lo contrario.	05/06/2013 17:35
488	no deveria existir es el problema principal del juego.	05/06/2013 17:30
489	Una forma más de pasar por caja para blizzard, tanto la de dinero real como la de oro se han cargando la esencia del juego, la gente ya no juega/farnea como hacía en diablo 2, solo se especula para tener más oro	05/06/2013 17:29
490	solo la utilizo para vender objetos y comprar joyas, solo ayuda a la inflación	05/06/2013 17:27
491	Una soberana mierda	05/06/2013 17:27
492	Aunque en otras regiones puede tener sentido (asia, p.e.j) en europa no ha tenido el impacto positivo que yo personalmente esperaba y en contra ha tenido un impacto muy negativo	05/06/2013 17:26
493	Creo que al utilizar dinero real te cargas el juego entero al perder su igualdad de condiciones entre los jugadores.	05/06/2013 17:24
494	Soy de argentina y no tenemos la posibilidad de comprar dolares porque hay cepo cambiario por lo tanto tengo que usar la casa de subasta en dinero real en pesos argentinos y la comunidad argentina es muy pequeña y la casa de subastas esta vacia....	05/06/2013 17:18

Cuestionario jugadores Diablo III

495	Inflacion de los objetos y devaluacion del oro	05/06/2013 17:17
496	mierda pinchada en un palo	05/06/2013 17:13
497	Tiempo dedicado de juego = X dinero	05/06/2013 16:57
498	Comercialización y descenso de dificultad	05/06/2013 16:51
499	Lo peor que le podía pasar.	05/06/2013 16:47
500	Bastante malo	05/06/2013 16:46
501	Creo que destruye la esencia del trade y de luchar por conseguir equipo/oro para comprarlo y la reduce a pasar la tarjeta. La quitaría, sinceramente, aunque me haya beneficiado de ella	05/06/2013 16:46
502	Fail	05/06/2013 16:45
503	Un negocio. No la utilizo, desconozco su impacto.	05/06/2013 16:42
504	Mala	05/06/2013 16:41
505	No me parece una mala idea, ni me parece algo dañino ni inmoral, hay gente que se deja el dinero en drogas, alcohol etc.. y otros compran objetos en el diablo, tengo bastante claro con que opción me quedo, en realidad prefiero ganar dinero con el diablo.	05/06/2013 16:38
506	Creo que su único objetivo es seguir ganándole dinero al producto por parte de Blizzard. Me da la impresión que mucho del diseño del juego está encaminado a abocar a los jugadores a acudir a la casa de subastas en dinero real. A mi modo de ver esta es la principal causa de descontento entre los seguidores de la saga Diablo.	05/06/2013 16:38
507	No es especialmente desequilibrante a pesar de la creencia.	05/06/2013 16:35
508	Apenas la he utilizado	05/06/2013 16:31
509	Útil para los que quieran gastar o ganar dinero. Encarece el precio de los objetos por oro de forma desorbitada	05/06/2013 16:27
510	error	05/06/2013 16:27
511	Para mi su mayor aportación es el factor ganar dinero	05/06/2013 16:26
512	Una buena jugada frente a los vendedores externos	05/06/2013 16:24
513	Es lo peor que tiene el juego ya que ha hecho que el poder avanzar en el juego se base en una especulación.	05/06/2013 16:23
514	La casa de subastas de dinero real crea una brecha entre los jugadores que pueden permitirse y los que no, para mi le hace bastante mal al juego.	05/06/2013 16:21
515	La casa de subastas con dinero real ha eliminado una de las esencias de diablo: las partidas de trade. Ha hecho que el diablo se convierta en una economía real donde no existe interacción entre los jugadores.	05/06/2013 16:16
516	Atrae a hackers, bots y promueve la avaricia innata de todos los jugadores	05/06/2013 16:15
517	es una opcion muy buena pero que desgraciadamente los usuarios no usan mucho	05/06/2013 16:14
518	Desde mi punto de vista es uno de los mayores problemas del juego y atenta contra la esencia de un juego en el que la búsqueda de mejor equipo es lo fundamental. Divide a los jugadores en dos grupos (ricos y pobres) y provoca que tu calidad y/o perseverancia jugando pase a un segundo plano	05/06/2013 16:13
519	Desde mi punto de vista la casa de subasta con dinero real ha convertido a Diablo III en un juego "pay to win" y pierde la esencia del tradeo de toda la vida como en sagas anteriores.	05/06/2013 16:08
520	Lo jodio :(05/06/2013 16:03
521	Me parece bien para evitar que gente externa a los creadores se beneficien del juego, en diablo 2 habian páginas que te vendian los objetos por dinero. Otra cosa que me parece bien es poder comprar oro directamente.	05/06/2013 16:02
522	Sólo vendo, me parece tirar el dinero, pero si alguien paga, yo vendo con mucho gusto.	05/06/2013 15:59
523	Una mierda y lo peor del juego	05/06/2013 15:59
524	un impacto nefasto	05/06/2013 15:58
525	Ha destruido el "trade" de diablo II y potenciado el "pay to win", deplorable.	05/06/2013 15:55
526	altamente impactante, ya que se puede omitir todo el tiempo invertido para ser un jugador poderoso por una tarjeta de credito y dinero	05/06/2013 15:54

Cuestionario jugadores Diablo III

527	Personalmente no me gusta la idea de mezclar los videojuegos basicamente por cuestiones legales (si me compro la espada X hoy por 10€, y mañana la nerfean, ¿donde estan mis 10€? señor nerfeador?). Pero por experiencia, sigo encontrando items muy utiles en las subastas de oro e incluso personas dispuestas al tradicional trading de objetos. Conclusion: si no te gusta la RAH, parece que no todo esta perdido, pero ya veremos!	05/06/2013 15:51
528	Ha destrozado casi por completo la esencia del juego	05/06/2013 15:48
529	Una forma rápida de ganar €.	05/06/2013 15:46
530	Era completamente innecesario, pero Blizzard quería ganar dinero. En el juego no repercute mucho, pero sí contribuye a empresas ajenas a Blizzard que venden oro.	05/06/2013 15:45
531	es muy buena aunque no la e frecuentado mucho, ayuda a muchos usuarios a ganarse la vida y a otros ser mejores players	05/06/2013 15:44
532	Hace que deje de llamarse "juego" y se llame "Ley de compra y venta"	05/06/2013 15:43
533	Creo que es una forma de evitar mercados de terceros más inseguros que la propia empresa. Claro está que el beneficio que le reporta a blizzard es importante. En cuanto al impacto creo que es beneficioso.	05/06/2013 15:43
534	Inevitable dado el "mercado negro" que existia en el D2, pero aun asi devalua el juego	05/06/2013 15:42
535	Es básicamente un simulador de economía mas que una herramienta del juego	05/06/2013 15:42
536	Totalmente prescindible	05/06/2013 15:42
537	Lo ha cagado...	05/06/2013 15:40
538	Mejor implementada oficialmente que con páginas externas	05/06/2013 15:39
539	Demasiado impacto sobre el juego, aunque todo negativo. La casa de subastas de dinero real ha sido el error mas grande que han cometido sus programadores. No consigue erradicar la venta "ilegal" de objetos mediante paginas externas a Blizzard y muchos jugadores han basado su experiencia de juego en la explotacion de esta subasta, en detrimento de los jugadores que juegan por diversión.	05/06/2013 15:36
540	Es algo que sobra dentro del juego.	05/06/2013 15:35
541	Horrible, daño absoluto al juego	05/06/2013 15:33
542	Bien concebido hubiera resultado tener un impacto positivo	05/06/2013 15:32
543	La casa de subastas por dinero real revienta por completo el sistema económico del juego, ya que el tiempo y esfuerzo que se necesita para conseguir un equipo medio se consigue fácilmente con poco dinero real. Eso solo de principio sin entrar a valorar que al existir la posibilidad de lucro desde el propio juego se fomenta la aparición de toda clase de hacks y artimañas que no hacen otra cosa que desvirtuar el juego. El juego debería consistir en buscar de forma personal el equipo que tanto ansiamos, pero la subasta convierte este fin en un juego de especulación en la subasta.	05/06/2013 15:26
544	lo ha destrozado	05/06/2013 15:23
545	No hay mercado, el sistema de mínimos no ayuda	05/06/2013 15:21
546	No me gusta ni la de dinero real ni la de monedas, creo que los objetos deberían conseguirse en tu propia partida o directamente de amigos.	05/06/2013 15:19
547	Caca de la vaca	05/06/2013 15:18
548	No la uso, no estoy ni a favor, ni en contra	05/06/2013 15:18
549	Es una mierda (perdón por la expresión, pero es así) estropea la experiencia del juego e insta a que jueguen con bots para farmear y vender en subasta de dinero real	05/06/2013 15:12
550	No me gusta, jode el juego.	05/06/2013 15:11
551	Sobra	05/06/2013 15:09
552	Es lo peor del juego, todo gira en torno a ella, drop, dificultad, configuracion de personaje....	05/06/2013 15:04
553	una BASURA	05/06/2013 15:02
554	Deberían quitar la casa de subastas por dinero real, ya que desvirtua el juego.	05/06/2013 15:02
555	No debería ser la opción determinante para balancear el juego y sus objetos tal como pasa actualmente.	05/06/2013 15:01
556	la mah arruina el juego	05/06/2013 14:59
557	De lo peor	05/06/2013 14:57
558	La ruina total del juego, no veo mal la idea de la subasta, pero con la de oro de juego sobra	05/06/2013 14:55
559	lo que hace que diablo 3 sea uno de los peores juegos que he jugado (arpg)	05/06/2013 14:55

Cuestionario jugadores Diablo III

560	Con la mah han conseguido que los objetos top solo esten por dinero real	05/06/2013 14:55
561	La posibilidad de que la consecución de objetivos se facilite mediante el pago con dinero real, siempre plantea una disyuntiva. Por un lado puede pensarse que esto limita las posibilidades de un jugador que no disponga de ese dinero, y por otro se podría pensar que esa inversión no es necesaria para obtener lo que todos deseamos al jugar, que es divertirse. Sólo se trata de puntos de vista.	05/06/2013 14:36
562	La subasta de dinero real esta bien pensado pero muy mal implantado, deberían de haberlo pensado y trabajado mejor. El impacto en el juego se ve claramente que no debería de haber existido tal subasta.	05/06/2013 14:36
563	Esto provocó el DRM y la perdida de esencia de este tipo de videojuegos. Fameas para vender.	05/06/2013 14:34
564	No debería existir, provoca que el comercio deje de valer la pena.	05/06/2013 14:27
565	ha convertido el juego en un paga y gana.	05/06/2013 14:14
566	Deberían de quitarla	05/06/2013 14:12
567	La propuesta de blizzard de sacar pasta por todos los lados con el diablo, no lo comparto. Deberían de usar parte del dinero que sacan en añadir contenido al juego, o por lo menos mayor aleatoriedad en los mapas.	05/06/2013 14:10
568	Impactó negativamente al juego, ya que lo ha convertido en un Pay To Win, al menos en SC	05/06/2013 14:05
569	El sistema con dinero real desvirtúa al sistema con oro y viceversa. Opino que ambas opciones deberían dividirse en servidores separados y jugadores independientes; del mismo modo que se separan personajes hardcore de los no hardcore.	05/06/2013 13:59
570	No puedo decir gran cosa ya que prácticamente no la he usado. Pero supongo que el sentimiento general es el de haber convertido a Diablo III en un "Pay2Win". Mata totalmente la esencia final de Diablo, el farneo de items y actos.	05/06/2013 13:57
571	Es una molestia para mejorar el personaje y avanzar, lo que lleva a muchos jugadores a frustrarse por no poder avanzar	05/06/2013 13:54
572	Es un negocio para Blizzard que da beneficio a costa de desnivelar la propuesta jugable.	05/06/2013 13:53
573	Necesaria, no evita el mercado negro y las estafas online, pero ayuda a regularizar esa situación. La veo cercana a una política de control de daños. Es parte del juego.	05/06/2013 13:53
574	Abre una brecha socioeconómica injusta e innecesaria entre jugadores	05/06/2013 13:48
575	Teoría de que blizzard va incrementando objetos en la casa de subasta y el difícil acceso a objetos de gama alta digamos.	05/06/2013 13:44
576	Mezcla el ocio con el trabajo	05/06/2013 13:44
577	sobra, rompe el juego y solo apoya a destruirlo	05/06/2013 13:42
578	Me parece una buena idea para rentabilizar el tiempo empleado en el juego aunque pienso que no ha sido resuelto de forma totalmente satisfactoria, resultando en varios problemas relacionados con el sistema económico.	05/06/2013 13:39
579	Pésima idea. Desvirtua el juego	05/06/2013 13:36
580	legalizar lo ilegalizable	05/06/2013 13:34
581	asqueroso	05/06/2013 13:33
582	Solo beneficia a blizzard y a los chinofarmers	05/06/2013 13:32
583	El impacto ha sido nefasto	05/06/2013 13:31
584	Como todo en este planeta. La meritocracia esta muy infravalorada	05/06/2013 13:30
585	No debería de haberse implantado	05/06/2013 13:30
586	Convertir un juego en negocio.	05/06/2013 13:30
587	Está bien si sabes qué vender y el momento para hacerlo, eso sí, ya le puedes dedicar horas, si no no sacarás nada. Por tanto, en mi opinión, le dedicas demasiadas horas al juego para luego obtener una recompensa bastante mediocre.	05/06/2013 13:27
588	me parece una buena idea para quien quiera usarla	05/06/2013 13:26
589	Un puto timo.	05/06/2013 13:23
590	Cumple su función. Evita tener que acudir a terceros.	05/06/2013 13:23
591	Desastrosa	05/06/2013 13:20
592	Catastrófica	05/06/2013 13:15
593	comisiones altísimas y sobrevaloracion de todos los objetos	05/06/2013 13:12

Cuestionario jugadores Diablo III

594	basura	05/06/2013 13:10
595	Realmente es lo que lastra a Diablo3	05/06/2013 13:09
596	Negativa totalmente, quita esencia de juego y ambición por mejorar jugando. Las horas de juego deberían hacer el personaje, no el dinero.	05/06/2013 13:07
597	Totalmente perjudicial. Desvirtúa completamente el juego.	05/06/2013 13:06
598	La casa de dinero real no aporta un bien al juego y menos al pvp. El pvp sera malo pq un lvl 100 leyenda con sus 2000 horas jugadas no sera nadie frente a un lvl 1 k se haya gastado 200 o 300 euros que para muchos es mucho y para otros es una miseria. Asi que el pvp sera una basura por culpa de esto. Por otra parte creo que si no estuviera la subasta de dinero real abría un drop de objetos mas alegre y no saldría tanta mierda.	05/06/2013 13:05
599	Pay for win	05/06/2013 13:05
600	Es una calamidad y a la vez algo innovador, les da mucho dinero por cada operación :)	05/06/2013 13:01
601	Casi no la he usado. Solo compre una vez 5€ en oro. No me llama mucho	05/06/2013 13:00
602	La subasta con dinero real mató el juego	05/06/2013 12:59
603	Más farmers, al haber más hay más posibilidades de encontrar grupo para encuentros, pero suelen tener también muy poca paciencia, con lo que se deshacen antes.	05/06/2013 12:58
604	"¿Para que voy a jugar para divertirme cuando puedo jugar para ganar dinero?"	05/06/2013 12:57
605	Absurda, precios ridículamente altos	05/06/2013 12:55
606	Impacto negativo en el tema social y económico. Dificil progresión de personaje sin usar la casa de subastas.	05/06/2013 12:55
607	El juego se diseñó para obligar a la gente a usarla, sobre todo para cobrar la comisión del 15% con dinero real. La gente ya no busca objetos, busca oro para luego comprar.	05/06/2013 12:54
608	Es legítimo que la implementen. La decisión de utilizarla es del jugador y el cómo se tome cada uno su uso. Personalmente no me produce envidia ninguna ver que alguien es muy poderoso a base de compras y como no es un juego competitivo no veo problema.	05/06/2013 12:53
609	Desestabiliza gran parte del "sistema económico" en que se basa Diablo	05/06/2013 12:52
610	Bien	05/06/2013 12:49
611	La casa de subastas con dinero real viene a regularizar lo que iba a existir de todos modos - la compraventa de objetos fuera del juego en sí. Como herramienta es lógica y hasta deseable. Lo que no es correcto es orientar un juego en torno a un sistema de subastas y no al revés.	05/06/2013 12:47
612	No le di mucho uso, por lo que no podría comentar mucho sobre ello	05/06/2013 12:45
613	se ha cargado el juego	05/06/2013 12:44
614	El problema no es la RMAH en sí, si no el drop del juego que parece diseñado para utilizar la AH/RMAH masivamente y si no lo haces, olvidate de subir tu personaje en Infierno/Averno porque no te comes un colin. Eso sí, con un poco de tiempo al final la RMAH me va a pagar las expansiones del juego sin meterles un duro extra.	05/06/2013 12:42
615	Nunca he estado en contra de la subasta de dinero real, pero si que es cierto que el juego se mueve alrededor de la misma y no al revés. Eso le quita importancia a lo que ha sido Diablo... El fameo constante.	05/06/2013 12:38
616	Impacto negativo, punto de especulación (oro/gemas, objetos "top")	05/06/2013 12:33
617	Especulacion e inflacion	05/06/2013 12:18
618	Mató el juego antes de salir, lo hicieron por codicia y mal	05/06/2013 12:13
619	Por una subasta sin dinero real!	05/06/2013 12:10
620	Idea interesante si hubiera más de 3 builds distintas por personaje que usasen distinto equipo, y si hubiera mas tiers/legendarios de nivel máximo.	05/06/2013 12:10
621	Es más fácil destrozar el mercado especulando que en la vida real, aquí puedes sacar muchísimo dinero sin haber invertido nada. El problema de que el precio máximo sean 250 euros radica en la venta de objetos fuera del juego, llegándose a comprar un arma por 7.500€	05/06/2013 12:05
622	Ninguna, siempre existió como hacerse mas poderoso mediante el dinero y en todos los juegos.	05/06/2013 12:03
623	Si no estuviese, aún habría menos gente jugando.	05/06/2013 12:02
624	bastante prescindible, no ofrece nada al juego, solo enriquecimiento de la compañía	05/06/2013 11:59
625	Avaricia, que desequilibra el juego	05/06/2013 11:59

Cuestionario jugadores Diablo III

626	La veo bien dentro de lo que cabe, mejor una regulada que una extema	05/06/2013 11:58
627	No hay que mezclar esos dos aspectos	05/06/2013 11:57
628	El precio mínimo es muy alto y por ello no se comercia tanto.	05/06/2013 11:46
629	Ha destruido el juego. No hace falta ser Keynes para saber por qué. Supone la destrucción, por medios económico-técnicos, de un sistema basado en un estatus de juego comunitario, en un enfrentamiento sistemático con la otredad. Que ahora se ve cosificado, alienado, y reificado ad infinitum por medio de la casa de subastas. (Para seguir comentando) antoniosd88@gmail.com	05/06/2013 11:46
630	No tengo una opinión claramente construida sobre la casa de subastas porque no jugué a las entregas anteriores de Diablo. Pero varios amigos y mi novio me comentan que se ha cargado la esencia del juego.	05/06/2013 11:45
631	Destructor de la esencia del juego, así como la AH, se ha perdido el contacto humano de los trades	05/06/2013 11:44
632	Tanto la AH y la RMAH han roto la esencia de diablo	05/06/2013 11:41
633	Creo que ha tenido un impacto negativo en la experiencia global de juego.	05/06/2013 11:32
634	esta bien en cuanto a que aporta la posibilidad de comprar items que no quieres estas horas farmeando, pero a su vez hace que el juego esté plagado de bots que se dedican a farmeear para hacer dinero, lo que hace que este bastante devaluada la subasta.	05/06/2013 11:30
635	No deberían haberla implementado.	05/06/2013 11:24
636	Opino que ha resultado perjudicial para el juego en general	05/06/2013 11:18
637	indiferente	05/06/2013 11:15
638	esta mal diseñada, favorece demasiado la especulacion dentro del juego y unido al malisimo diseño de objetos hace que la experiencia de juego se vea afectada muy negativamente	05/06/2013 11:08
639	Se ha conseguido evitar así la creación de cientos de webs que venden pero enturbia un poco el sentido de Diablo3	05/06/2013 11:06
640	Creo que ha motivado a mucha más gente a lucrarse con el juego, mientras que antes solo lo hacían determinadas páginas. En consecuencia, los precios caen y es mucho más fácil equiparse acudiendo a la casa de subastas que a través del juego, como debería ser.	05/06/2013 11:05
641	Es la razón de muchas malas decisiones. Atrae indeseables.	05/06/2013 11:04
642	creo que es una gran lacra para el juego. Lo que ha conseguido es utilicen diablo para intentar ganarse un sueldo en vez de utilizarlo para divertirse	05/06/2013 11:03
643	Para mi una estupidez, para Blizzard todo un negocio	05/06/2013 11:00
644	Una forma de ganar dinero fácil en los primeros meses de juego	05/06/2013 10:56
645	Es la única vía para equiparse óptimamente	05/06/2013 10:52
646	no me interesa.	05/06/2013 10:41
647	Es injusto que pagar mas o menos dinero real te abra puertas o te las cierre.	05/06/2013 10:38
648	Sobra, ¿para que jugar a un juego de conseguir loot cuando lo puedes comprar con dinero? Pierde el sentido el juego	05/06/2013 10:27
649	Una lástima ya que desvirtua la esencia y la jugabilidad.	05/06/2013 10:25
650	Si alguien se quiere gastar dinero en los objetos que pongo en la RMAH adelante... yo desde luego no lo voy a hacer =) Tampoco me parece mal que la gente compre en la RMAH, es parte de juego y a mi no me molesta en lo mas minimo.	05/06/2013 10:22
651	No me gustó nada la idea. Prefiero gastar oro que dinero real. Además quita la diversión de poder conseguir ese objeto por ti mismo. Ya sea matando a un boss o gastandote millonadas de oro	05/06/2013 10:19
652	Sacacuartos que estratifica a los jugadores en pobres y no pobres.	05/06/2013 10:05
653	Es una lacra para el juego, Blizzard lo sabe pero permite tener un sistema de drop horrible que no permite avanzar en el juego, para tener que pasar por caja y comprar los objetos u oro, obtenidos en su mayoría por bots que Blizzard aseguró que no existirían al tener que ser el juego permanentemente On-Line	05/06/2013 10:03
654	culpable de todo el cambio del diseño del juego y de como se genera el sistema de caída de objetos	05/06/2013 10:01
655	Nunca la he utilizado. No emplear dinero en objetos virtuales. Tampoco me resulta tan malo que otras personas sí lo hagan.	05/06/2013 10:01
656	Creo que rompe la esencia del juego, mucha gente la usa para sacar dinero por lo que ni juegan, especulan con objetos por oro para venderlos por dinero, poco objetos que valgan los 2B los encontraras en AH por que los compran instan para venderlos por €	05/06/2013 9:48

Cuestionario jugadores Diablo III

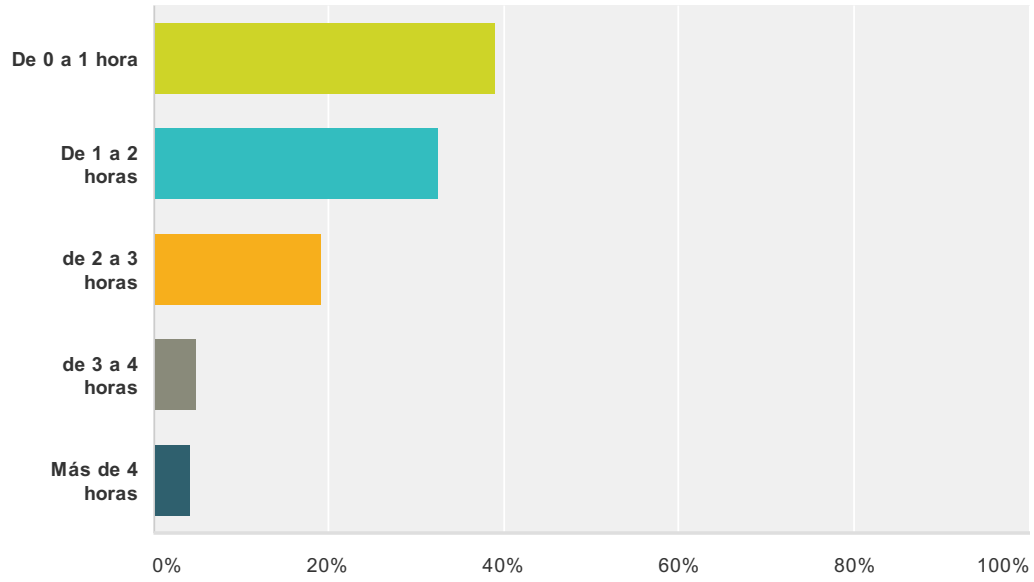
657	Lo veo bien para el mantenimiento del los servidores y la evolución del juego. Ya que no hay cuotas mensuales.	05/06/2013 9:45
658	Creo que la Casa de subastas de dinero real ha sido muy negativa para el juego y deberían quitarla.	05/06/2013 9:43
659	No me gusta, pero puede ser una opción para ahorrar tiempo de juego.	05/06/2013 9:41
660	su impacto esta en que los mejores items no se consiguen por drío sino por especulacion en la ah	05/06/2013 9:30
661	Creo que ha desvirtuado bastante el juego, convirtiendo una saga mitica de rol-rpg en un juego de brokers.	05/06/2013 9:27
662	A JODIDO EL JUEGO	05/06/2013 9:17
663	necesaria pero devalua la esencia de Diablo	05/06/2013 9:05
664	Demasiada importancia en el juego.	05/06/2013 8:49
665	Pues a mi me parece acertada pero en el juego hay muy poco drop de objetos y esta muy cara, aparte de que las comisiones son altisimas pero prefiero que este ahi que no en paginas externas	05/06/2013 8:44
666	K hes heso ¿	05/06/2013 8:36
667	no es mala idea, pero en mi opinion no puede convivir un sistema de subastas sea de oro o de dinero real con un botin individual, esto solo lleva a saturacion de objetos.	05/06/2013 8:26
668	Ccomo jugador de videojuegos no estoy interesado enun sistema basado en gastar dinero para mejorar en el juego	05/06/2013 7:58
669	Bien para quien la quiera usar	05/06/2013 7:57
670	se a cargado el juego	05/06/2013 7:45
671	Puta mierda.	05/06/2013 7:44
672	No son para nada económicas	05/06/2013 7:40
673	Desde su antecesor e incluso antes ya se comerciaba con dinero real por paginas externas al juego, con sus respectivos fraudes, blizzard solo introdujo un medio para intentar evitar la venta externa , pero aun asi no lo consiguio.	05/06/2013 6:23
674	revento el juego	05/06/2013 5:36
675	Es un impacto negativo ya que el jugador está "obligado" a utilizarla para progresar	05/06/2013 4:59
676	Una real mierda que no sirve para nada y que no tiene nada que ver con la escencia de la saga Diablo	05/06/2013 4:38
677	Me parece pésima una casa de subastas de dinero real, desvirtúa el juego.	05/06/2013 3:23
678	Fue la culpable de que el juego este como este	05/06/2013 3:15
679	no creo que mucha, a mi me ha servido para ganame unos euros	05/06/2013 3:12
680	Se ha cargado el juego	05/06/2013 3:11
681	Es una alternativa muy interesante para aquellos que deseen sacar provecho económico de forma legal de sus progresos en el juego, lo cual incrementa la jugabilidad, ya que esa sensación de que cae un objeto muy demandado o que se puede vender por unos euros da mucho aliciente para continuar.	05/06/2013 3:08
682	Nunca debería haber existido. Han prostituido la esencia de la saga Diablo.	05/06/2013 2:25
683	Nunca he sido partidario del "pay to win" me parece bastante mal,	05/06/2013 2:23
684	Peligroso y aburrido para quienes no desean mezclarse en eso.	05/06/2013 2:18
685	Es la mayor mierda jamas creada para esclavizar jugadores	05/06/2013 2:12
686	se lo han cargado	05/06/2013 2:07
687	Clasista	05/06/2013 2:05
688	Aunque yo la haya usado solo al principio del juego a modo de curiosidad, me parece bien, quien la quiera usar bien, quien no, también.	05/06/2013 1:45
689	Debe de ser eliminada. El impacto es muy negativo	05/06/2013 1:40
690	Me gusta mucho este juego pero no tanto como para gastar más dinero en él del que gasté en el juego en sí. Las subastas con dinero real me parecen más que nada un recurso de Blizzard para hacer más dinero, no una mejora para el juego o para los jugadores.	05/06/2013 1:22
691	Mal hecha-	05/06/2013 1:22
692	No me parece ni malo ni bueno, el que quiera lo usa y el que no pues nada	05/06/2013 1:10

Cuestionario jugadores Diablo III

693	Me es indiferente, el mayor impacto negativo es que resulta inviable incorporar elementos competitivos ya que el juego se convertiría en un pay to win	05/06/2013 1:06
694	Negativa	05/06/2013 0:35
695	Creo que rompe la magia del juego. Permite que jugadores sin trabajárselo consigan objetos que requieren mucho esfuerzo.	05/06/2013 0:27
696	No lo uso.	05/06/2013 0:19
697	Me parece de fracasados que usen dinero real para conseguir objetos.	05/06/2013 0:19
698	Descompensa el equilibrio entre jugadores y acaba con la esencia del farming.	05/06/2013 0:18
699	Se cargó la economía del juego.	05/06/2013 0:14
700	Mala , ya no tiene la esencia de los tradeos de diablo 2	05/06/2013 0:04
701	Pues basicamente me parece una forma inteligente de zanjar el tema de los "gold farmers", legalizandolos para que puedan hacer dinero por su cuenta. No obstante, por lo general no sirve de nada a un jugador normal que no se dedica a jugar 12 horas expresamente para ganar dinero.	04/06/2013 23:41
702	Se carga la esencia del juego	04/06/2013 23:39

Q10 ¿Cuántas horas diarias juegas de media a Diablo III?

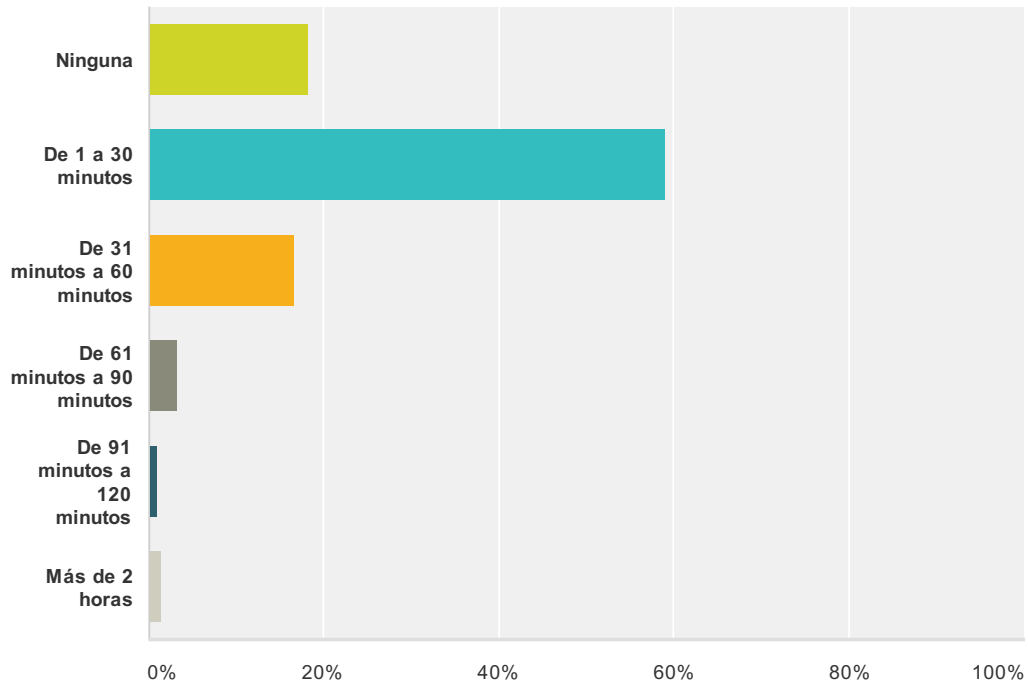
Respondido: 821 Omitido: 128



Opciones de respuesta	Respuestas
De 0 a 1 hora	38,98% 320
De 1 a 2 horas	32,64% 268
de 2 a 3 horas	19,12% 157
de 3 a 4 horas	4,99% 41
Más de 4 horas	4,26% 35
Total	821

Q11 ¿Cuántas horas diarias dedicas a Diablo III fuera del juego (foros, guías, vídeos, tutoriales, noticias relacionadas...)?

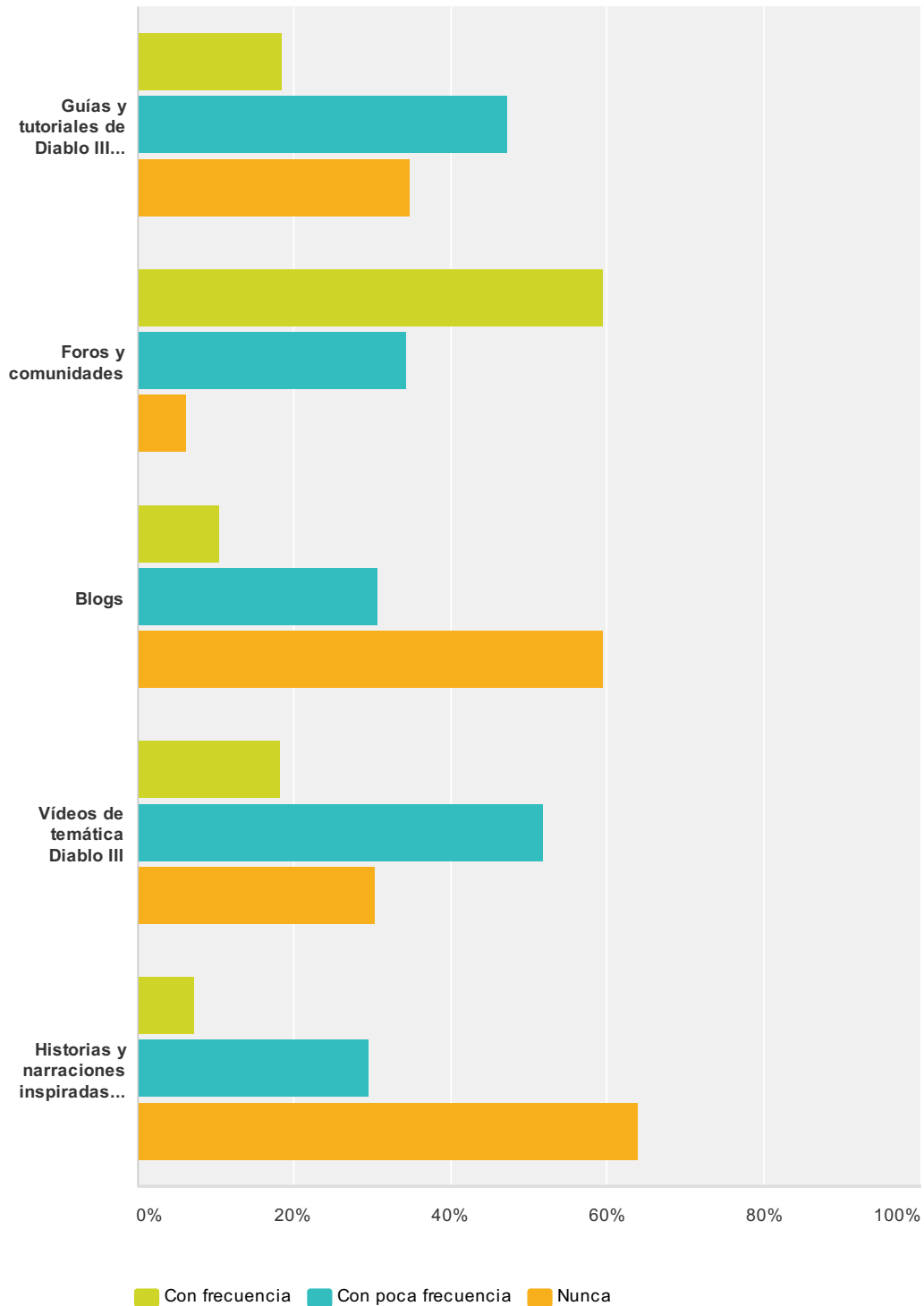
Respondido: 819 Omitido: 130



Opciones de respuesta	Respuestas	Cantidad
Ninguna	18,32%	150
De 1 a 30 minutos	58,97%	483
De 31 minutos a 60 minutos	16,73%	137
De 61 minutos a 90 minutos	3,30%	27
De 91 minutos a 120 minutos	1,10%	9
Más de 2 horas	1,59%	13
Total		819

Q12 ¿Has consultado alguno de los siguientes recursos de Diablo III ?

Respondido: 819 Omitido: 130



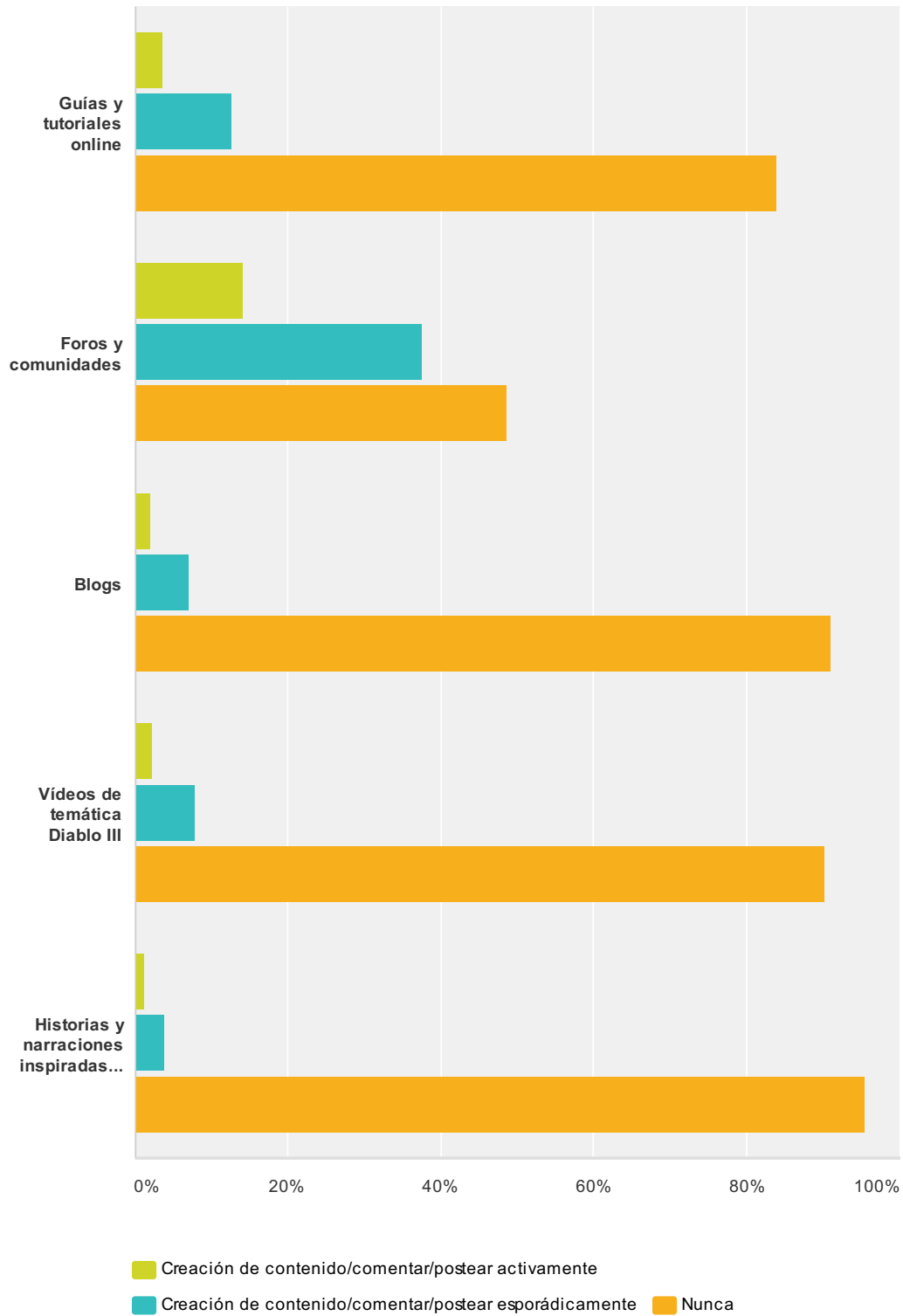
	Con frecuencia	Con poca frecuencia	Nunca	Total de encuestados
Guías y tutoriales de Diablo III (clásicos y online)	18,58% 152	47,19% 386	34,84% 285	823
Foros y comunidades	59,41% 486	34,35% 281	6,36% 52	819

Cuestionario jugadores Diablo III

Blogs	10,52% 85	30,82% 249	59,41% 480	814
Videos de temática Diablo III	18,28% 149	51,78% 422	30,43% 248	819
Historias y narraciones inspiradas en Diablo III	7,37% 60	29,61% 241	63,88% 520	821

Q13 ¿Has contribuido en la generación de alguno de los siguientes contenidos?

Respondido: 816 Omitido: 133



	Creación de contenido/comentar/postear activamente	Creación de contenido/comentar/postear esporádicamente	Nunca	Total de encuestados
--	--	--	-------	----------------------

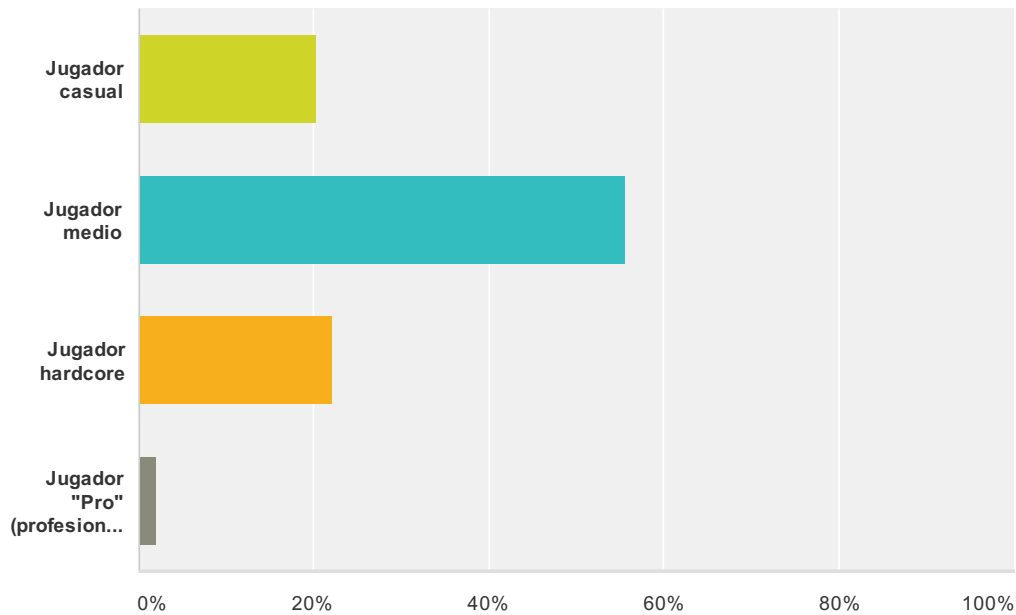
Guías y tutoriales online	3,68%	12,76%	83,93%	818
---------------------------	-------	--------	--------	-----

Cuestionario jugadores Diablo III

	30	107	307	
Foros y comunidades	14,13% 115	37,59% 306	48,53% 395	816
Blogs	2,11% 17	7,07% 57	90,94% 733	807
Vídeos de temática Diablo III	2,22% 18	8,00% 65	90,02% 731	814
Historias y narraciones inspiradas en Diablo III	1,23% 10	3,82% 31	95,19% 772	813

Q14 ¿Cómo definirías tu estilo de juego?

Respondido: 785 Omitido: 164



Opciones de respuesta	Respuestas	
Jugador casual	20,25%	159
Jugador medio	55,54%	436
Jugador hardcore	22,04%	173
Jugador "Pro" (profesional que recibe ingresos)	2,17%	17
Total		785

n.º	Otro (especifique)	Fecha
1	Simplemente me vicio y me pongo a farmear, y cuando e canso, paro y ya. Puedo estar jugando unos minutos, un par de horas, o un día entero.	12/09/2013 23:31
2	Jugador desde los tiempos del IBM 286, NES, etc	26/06/2013 19:57
3	ex-pro, hardcore	16/06/2013 5:36
4	Según la temporada juego Mucho, como lo haría un jugador "Hardcore", pero le doy menos importancia a mis resultados.	09/06/2013 16:18
5	alterno juegos, en funcion de donde estan mis colegas	08/06/2013 18:42
6	Dejé de jugar	08/06/2013 13:10
7	JUgador que acabo hasta los cojones	07/06/2013 23:06
8	Hace tres o cuatro meses que no juego mas de 10 minutos seguidos.	07/06/2013 21:50
9	Juego mucho a distintos juegos a la vez, asi que soy un jugador hardcore pero casual en Diablo	07/06/2013 15:09
10	Punto medio entre "medio y hardcore" ya que desde el lanzamiento hasta pasados los 7 u 8 meses jugaba de 5 a 8 horas diarias mínimo.	07/06/2013 10:55
11	Jugador inactivo a la espera de mejoras que le motiven volver a jugar.	07/06/2013 0:02
12	Me considero hardcore y he llegado a ganar dinero vendiendo algunos objetos hasta el punto de amortizar el juego y sacarle beneficio extra	06/06/2013 23:04
13	Antes era jugador medio, hace meses que no juego	06/06/2013 22:06
14	Con ilusión de Pro.	06/06/2013 22:00

Cuestionario jugadores Diablo III

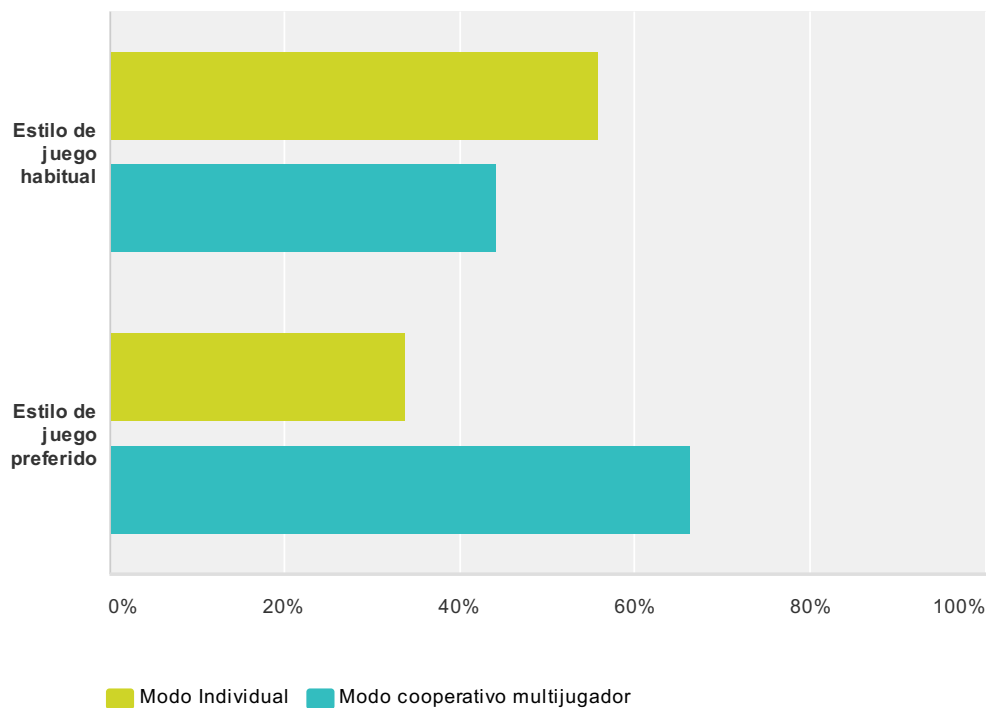
15	Jugador Pro, gran cantidad de horas invertidas en videojuegos, y proxicamente recibiendo ingresos.	06/06/2013 21:25
16	En temporadas de exámenes bajo el ritmo mucho.	06/06/2013 20:57
17	Actualmente soy jugador casual aunque hace unos meses estaba metido de lleno y tenia 1 Mage hardcore 60 (72)	06/06/2013 15:01
18	Ya no juego.	06/06/2013 13:21
19	queria ser pro, pero demasiado repetitivo el juego sin nada mas nuevo que hacer y deje de jugar practicamente	06/06/2013 12:19
20	Hardcore generalmente, pero D3 lo tengo aparcado desde hace tiempo.	06/06/2013 10:40
21	Anteriormente era jugador hardcore, ahora apenas juego, me he convertido en casual.	06/06/2013 9:47
22	A nivel casi PRO, pero sin ingresos.	06/06/2013 9:03
23	Jugador cansado	06/06/2013 2:33
24	Soy pro pero no recibo ingresos, aunque soy muy bueno, tengo mucho DPS.	06/06/2013 1:25
25	Simplemente casi no juego, hay juegos mucho más adictivos, (siempre lo mismo hace 10 años era divertido, pero los juegos evolucionan) no pude poner otra opción porque no me dejé.	06/06/2013 1:22
26	Definiría jugador hardcore como alguien que dedica mucho tiempo a los videojuegos, no a uno específico.	06/06/2013 0:21
27	Jugador diario entre medio y hardcore.	05/06/2013 23:47
28	Jugue hasta pasarme todas las dificultades con un mago, luego jugué mucho menos	05/06/2013 23:10
29	Lo dejé a los 2-3 meses de empezarlo, aún no me explico cómo aguanté tanto, la verdad..	05/06/2013 22:17
30	Me gusta jugar con la máxima dificultad, pero no quiere decir que juegue mil horas al día, pero no quiero que si juego una hora, sea como un arcade, para eso juego a Dodonpachi! que me divierte más.	05/06/2013 22:07
31	Jugador medio/hardcore dependiendo de lo bueno que sea el juego	05/06/2013 21:36
32	Jugador Medio, debido a que no me queda mas tiempo disponible sino fuera x el trabajo y demas entraria en Hardcore	05/06/2013 21:28
33	No juego desde hace meses	05/06/2013 21:26
34	en la anterior saga era un jugador pro este diablo ni lo juego	05/06/2013 21:09
35	Pasándome a hardcore	05/06/2013 19:55
36	hardcore sin tiempo para jugar	05/06/2013 19:39
37	Se podría decir que soy un minihardcore	05/06/2013 19:13
38	Jugador casual obligado (muy poca cosa para profundizar en el juego)	05/06/2013 18:26
39	Con el diablo soy más tirando a casual.	05/06/2013 18:02
40	Buen jugador sin ser top top	05/06/2013 17:57
41	aunque ahora solo este invirtiendo pocas horas los primeros 6 meses estaba cerca de 10 horas al dia	05/06/2013 17:45
42	Si arreglaran el juego hardcore.	05/06/2013 17:42
43	Jugon desde finales de los 80, todos los juegos actuales me parecen realmente simplones y faciles.	05/06/2013 17:38
44	No sé si hardcore se refiere a un escalón más alto que medio o a incondicional. Diría que un jugador casual/medio. Últimamente solo juego incondicional, pero estoy pensando en volver al modo normal	05/06/2013 17:33
45	Tenia pensado jugar mucho mas de lo que finalmente lo hice por mera decepcion. (jugaba 5 horas o mas por dia en diablo2)	05/06/2013 17:29
46	jugador competitivo, en las pocas horas que juego, lo hago bien, buscando siempre lo mejor, intermedio entre medio y hardcore.	05/06/2013 17:18
47	Exprimidor de juegos	05/06/2013 16:24
48	Jugador con ganas de divertirse, juego lo mejor posible sin olvidar que es un juego.	05/06/2013 16:04
49	Para ser exactos, aspiro al nivel de Pro pero sin ingresos :P, just for fun.	05/06/2013 15:56
50	Jugador "Casi-Pro"	05/06/2013 15:52
51	Jugue de forma casual cuando salio el juego y no lo he vuelto a tocar desde entonces.	05/06/2013 15:45
52	Medio, pasado Avemo antes del nerf.	05/06/2013 15:22
53	jugador pro k no gana dinero sino que mejora su equipo	05/06/2013 15:04

Cuestionario jugadores Diablo III

54	Jugador hardcore cansado bajando drasticamente a jugador casual.	05/06/2013 14:43
55	ya no juego	05/06/2013 14:14
56	medio-alto	05/06/2013 13:40
57	Jugador medio D3 + Jugador pro de la AH/RMAH	05/06/2013 12:47
58	Antes era hardcore pero me aburrí el juego	05/06/2013 12:16
59	Medio por falta de tiempo, a la que puedo hardcore	05/06/2013 12:15
60	Hardcore que siente que vuelven casual todo y juega 20 minutos por despecho a algo que le gustaria querer.	05/06/2013 11:49
61	juego por temporadas para probar parches y ver si ha mejorado algo el juego	05/06/2013 11:11
62	dejé de jugar	05/06/2013 11:02
63	entre el jugador hardcore y el pro (en este juego todo el mundo puede recibir ingresos via "mah")	05/06/2013 6:27
64	Ya no soy jugador de Diablo 3	05/06/2013 2:26
65	Ya no juego, me aburrí	05/06/2013 2:21

Q15 Define tu estilo de juego en base a las siguientes opciones...

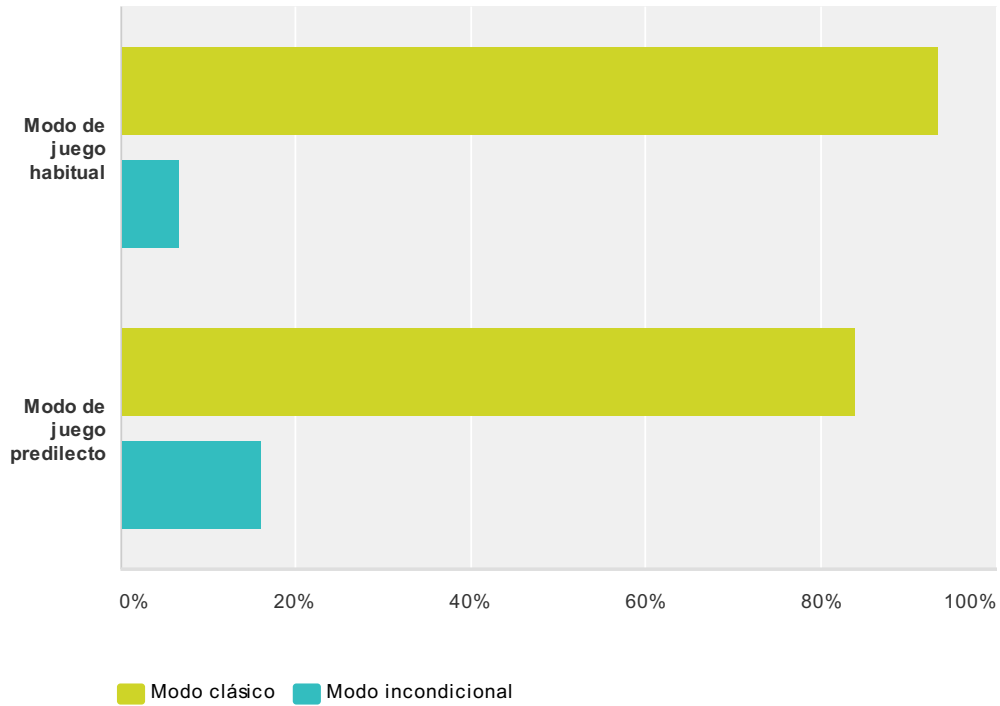
Respondido: 815 Omitido: 134



	Modo Individual	Modo cooperativo multijugador	Total
Estilo de juego habitual	55,90% 455	44,10% 359	814
Estilo de juego preferido	33,83% 275	66,17% 538	813

Q16 En base al modo clásico y al modo incondicional, indica tu modo de juego habitual y tu modo de juego favorito.

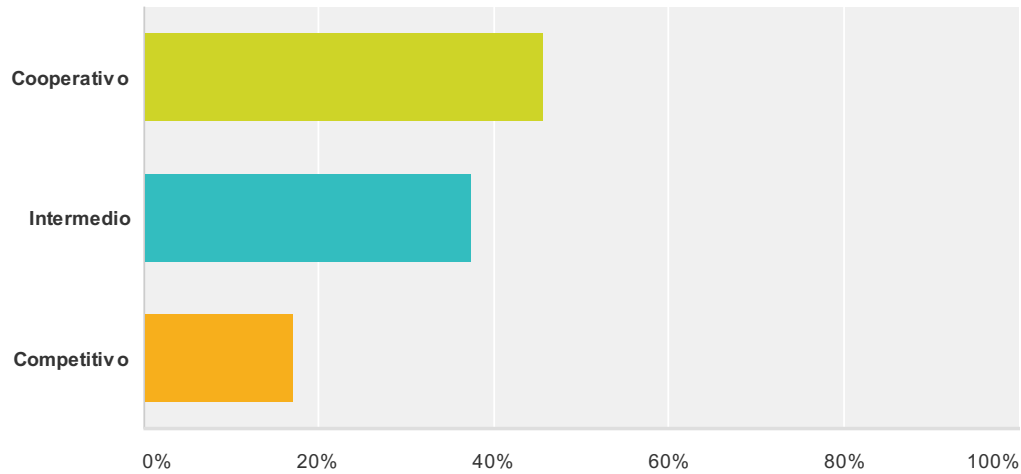
Respondido: 810 Omitido: 139



	Modo clásico	Modo incondicional	Total
Modo de juego habitual	93,21% 755	6,79% 55	810
Modo de juego predilecto	83,89% 677	16,11% 130	807

Q17 Qué categoría de las que se ofrecen a continuación resume mejor tu estilo de juego...

Respondido: 793 Omitido: 156



Opciones de respuesta	Respuestas
Cooperativo	45,52% 361
Intermedio	37,33% 296
Competitivo	17,15% 136
Total	793

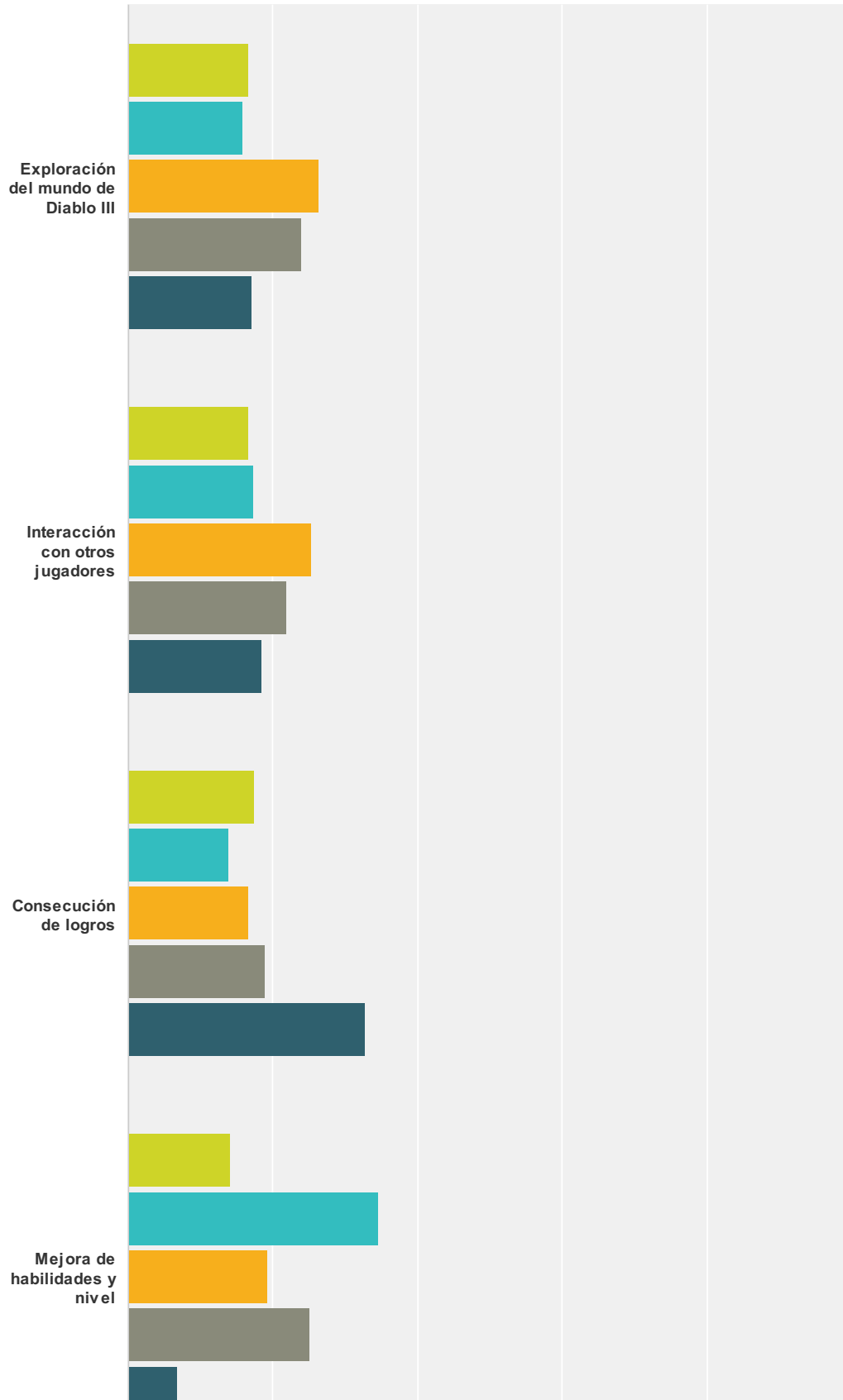
n.º	Otro (especifique)	Fecha
1	Pues eso, me gusta jugar en cooperativo para farmear con amigos y pasarmelo bién, mientras que al mismo tiempo competimos en quien tiene mejor equipo y quien gana los duelos y esas cosas.	12/09/2013 23:31
2	Individual	10/06/2013 20:25
3	me gusta sumar esfuerzos	09/06/2013 21:59
4	NO EN PVP	08/06/2013 21:43
5	Individual	08/06/2013 18:19
6	una mierda	07/06/2013 23:02
7	Paladín	07/06/2013 21:45
8	Juego solo	07/06/2013 19:44
9	Divertido	07/06/2013 14:00
10	Lobo Solitario	06/06/2013 23:42
11	individual	06/06/2013 23:40
12	individual	06/06/2013 22:36
13	juego para ser el mejor barbaro, pero la vida no me va en ello	06/06/2013 22:23
14	Siempre he jugado solo	06/06/2013 22:06
15	Individual	06/06/2013 14:12
16	cooperativo y competitivo	06/06/2013 8:36
17	individual, juego solo los otros son noobs	06/06/2013 1:34
18	Solitario	05/06/2013 23:47

Cuestionario jugadores Diablo III

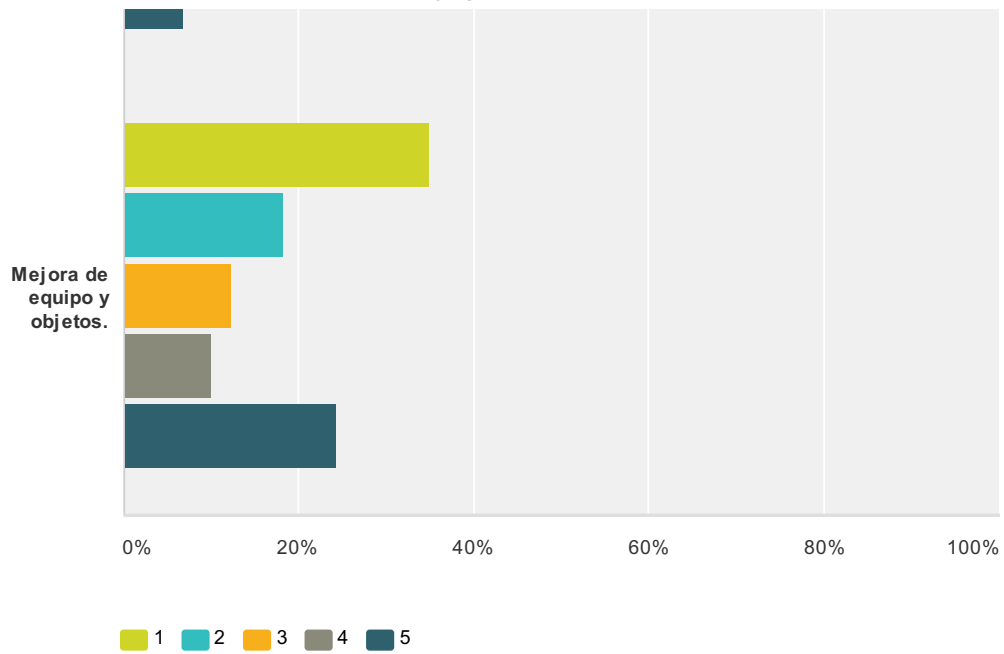
19	Jugaba mucho en solitario (Dificultad máxima, fameando mucho)	05/06/2013 23:10
20	Al principio jugaba con algunos amigos pero al ver que me quedé solo no tuve más opción que jugar solo, ni cooperativo ni competitivo ni intermedio.	05/06/2013 22:17
21	Autosuperación.	05/06/2013 21:39
22	ayudo al que me lo pide o al que lo necesita pero para hacer bosses anillos infemales y demas busco gente competitiva capaz de hacerlo minimo en pm7 en adelante	05/06/2013 17:45
23	Considero Diablo como un juego individual.	05/06/2013 16:24
24	Individual, no veo motivo de competición en un juego así.	05/06/2013 16:04
25	Bastante individualista	05/06/2013 15:46
26	juego con amigos :)	05/06/2013 15:04
27	Al paso del tiempo antes yo era de jugar en cooperativos pero he pasado a jugar solitario. Quizás por miedo al gran agujero de proteccion de cuentas que hay desde los comienzos del juego y que aun no se ha arreglado, o quizás.. Por que los jugadores de hoy en día no valen un duro; Poco compañerismo y respeto nulo.	05/06/2013 14:43
28	Tester - Me gusta alternar entre multiples builds, probar skills impensables y construir builds entorno a ellas	05/06/2013 12:47
29	me gustaria un pvp, estilo el D2, aunque seguire soñando...	05/06/2013 11:47
30	Solo y con amigos reales.	05/06/2013 10:43
31	individual	05/06/2013 5:38
32	COOn grupo cerrado de amigos	05/06/2013 2:21

Q18 A continuación, clasifica de mayor a menor tu interés en base a los siguientes aspectos. Siendo 1 máximo interés y 5 mínimo interés.

Respondido: 818 Omitido: 131



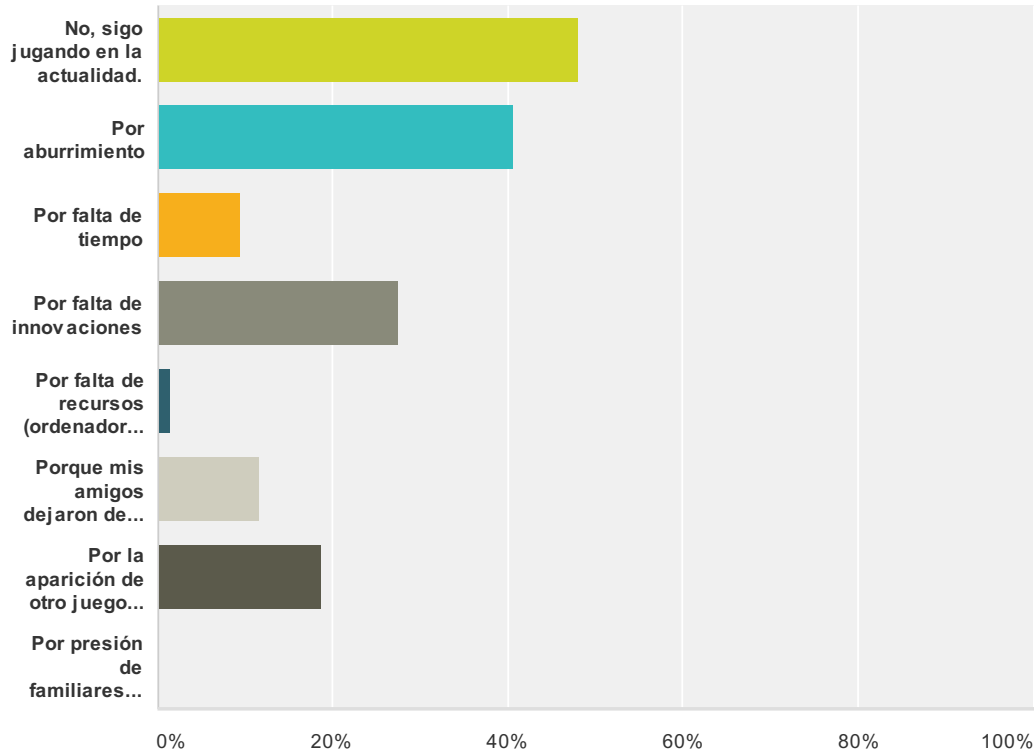
Cuestionario jugadores Diablo III



	1	2	3	4	5	Total	Clasificación promedio
Exploración del mundo de Diablo III	16,63% 136	15,89% 130	26,41% 216	23,96% 196	17,11% 140	818	2,91
Interacción con otros jugadores	16,77% 137	17,26% 141	25,34% 207	22,03% 180	18,60% 152	817	2,92
Consecución de logros	17,52% 143	13,97% 114	16,79% 137	18,87% 154	32,84% 268	816	2,64
Mejora de habilidades y nivel	14,18% 116	34,60% 283	19,32% 158	25,06% 205	6,85% 56	818	3,24
Mejora de equipo y objetos.	34,96% 286	18,34% 150	12,22% 100	10,15% 83	24,33% 199	818	3,29

Q19 ¿Has dejado de jugar a Diablo III? Si es así, indica por qué.

Respondido: 768 Omitido: 181



Opciones de respuesta	Respuestas	Cantidad
No, sigo jugando en la actualidad.	48,05%	369
Por aburrimiento	40,49%	311
Por falta de tiempo	9,51%	73
Por falta de innovaciones	27,47%	211
Por falta de recursos (ordenador, internet...)	1,56%	12
Porque mis amigos dejaron de jugar	11,72%	90
Por la aparición de otro juego de mayor interés	18,75%	144
Por presión de familiares/amigos	0,13%	1
Total de encuestados: 768		

n.º	Otro (especifique)	Fecha
1	Se me jodió el ordenador y ahora tengo uno muy malo en que no tira nada.	12/09/2013 23:31
2	Porque es un fraude	26/06/2013 19:57
3	Tiene un gran potencial, pero no esta bien aprovechado. Confio en que con futuros parches lo pondran arriba donde debe estar.	22/06/2013 10:44
4	falta de caida de objetos de interes en la exploracion	12/06/2013 21:34
5	Es una mierda, al final me di cuenta.	11/06/2013 5:13
6	Es un rollo infumable cuando te lo pasas	10/06/2013 20:25
7	Path of Exile	10/06/2013 16:41

Cuestionario jugadores Diablo III

8	Porque da asco	10/06/2013 8:56
9	Lo dejé varios meses y volví, aunque mucho menos que los 2 primeros meses	09/06/2013 21:32
10	Han destrozado la saga.	09/06/2013 19:04
11	Sigo jugando, pero ya me cansé de hacer siempre lo mismo y ahora es sólo un partida o dos cuando me meto.	09/06/2013 18:17
12	Porque no han sabido arreglar el juego. Una cagada. Puta mierda de casa de subastas...	09/06/2013 13:14
13	lo deje por tiempo pero e vuelto	09/06/2013 10:40
14	A lo anterior agrego: por que no cumplió mis expectativas. Deje de jugar en parte en modo de protesta por lo antes mencionado.	09/06/2013 1:40
15	Falta de recompensa por horas jugadas.	08/06/2013 21:43
16	Diablo 3 es una basura, nada que ver con los anteriores...se lo han cargado. Bli\$\$ard apesta.	08/06/2013 14:02
17	Guild Wars 2	08/06/2013 13:10
18	Me cabreo perder a un personaje Incondicional por una caída de Internet.	07/06/2013 21:50
19	Es un juego pésimo. Hay mejores alternativas.	07/06/2013 20:07
20	Sobre todo por la necesidad de usar la casa de subastas para conseguir equipo decente	07/06/2013 19:24
21	Cansa jugar solo para farmear	07/06/2013 18:11
22	Por intentar meter la mierda de la casa de subastas, jodieron el sistema de obtencion de objetos a cambio de implantar un sucio capitalismo cutre	07/06/2013 18:00
23	Lo juego ocasionalmente, muy poquito rato.	07/06/2013 17:29
24	Juego a temporadas	07/06/2013 12:45
25	Sigo jugando, pero he pasado de 8 horas de juego diarias a 1 run al día como mucho. Lo dejé por los motivos que aparecen arriba pero he vuelto con la noticia de la densidad de monstruos.	07/06/2013 10:55
26	Por la nula aleatoricidad de los mapas, pésimo loot.	07/06/2013 8:19
27	Porque lo terminé en dificultad normal, era lo único que me interesaba, pasarlo y ver la historia. En todo caso, es demasiado aburrido como para completarlo varias veces.	07/06/2013 2:30
28	Sigo jugando esporadicamente	07/06/2013 2:06
29	xk murió mi mofeta	07/06/2013 0:27
30	Decepción y frustración con el botín.	07/06/2013 0:02
31	Juego en la actualidad, pero deje de jugar un mes por falta de innovaciones y aparicion de juegos de interes	06/06/2013 22:35
32	Juego de vez en cuando y cada vez que hay contenido nuevo	06/06/2013 21:54
33	Lo dejé por la devaluación de la casa de subastas pero he vuelto a jugar un poco	06/06/2013 21:45
34	casi 1000h de juego y no cae nada medio decente	06/06/2013 19:12
35	Monotono, fulto de imaginacion. Podria tener de todo este juego y es mas simple que una patata	06/06/2013 15:01
36	poco, por ver si mejora algo	06/06/2013 14:18
37	a veces me tomo vacaciones, porque cansa como todo, pero vuelvo con fuerza renovada	06/06/2013 8:36
38	Starcraft 2, esta pulido a nivel blizzard desde el dia 1.	06/06/2013 2:43
39	No, pero estoy a nada de dejar este montón de basura, mis padres ya no quieren pagarme más para el subasta de moneda real.	06/06/2013 1:25
40	Dejas de jugar cuando muere tu tercer incondicional por culpa del lag del servidor...	05/06/2013 23:47
41	También porque tras acabar todas las dificultades con un personaje, no apetece dedicarle tanto tiempo y ganas a otro pj nuevo	05/06/2013 23:10
42	Acaba siendo repetitivo jugar la misma historia varias veces, pese a la aleatoriedad de las mazmorras.	05/06/2013 22:47
43	Lo dejo por aburrimiento unas semanas, pero vuelvo y me vicio, es un ciclo.	05/06/2013 22:15
44	Lo dejaba unos meses y volvía	05/06/2013 21:47
45	porque fue para mi una decepcion	05/06/2013 21:38
46	rara vez juego	05/06/2013 21:36

Cuestionario jugadores Diablo III

47	Lo juego por temporadas, pues me aburre jugarlo seguido.	05/06/2013 21:12
48	solo tuve un parón de pocos días debido a la falta de reto que ofrece el modo clásico	05/06/2013 21:10
49	Exámenes	05/06/2013 19:47
50	Vuelvo con cada parche pero no es suficiente, el juego necesita un cambio muy grande para que vuelva a jugar todos los días un "rato"	05/06/2013 19:13
51	lo he dejado varias veces pero ahora mismo sigo jugando	05/06/2013 18:02
52	porque me lo pase, aunque me gustaría volver para pasarmelo con todos los personajes	05/06/2013 17:48
53	Realmete dejar de jugar lo he dejado algun mes por que los amigos ahora juegan a otros juegos y para jugar con ellos ya que no les causo una buena impresion el juego	05/06/2013 17:45
54	El juego está roto.	05/06/2013 17:42
55	Dejé de jugar algún tiempo y después volví. Lo dejé tanto por aburrimiento como porque mis amigos dejaron de jugar	05/06/2013 17:33
56	Una vez te lo pasas en todas las dificultades pierde la gracia.	05/06/2013 17:29
57	lo dejo un par de meses, y vuelvo 1 mes, y así sucesivamente. las razones de dejarlo, son las indicadas anteriormente.	05/06/2013 17:18
58	Juego cuando tengo tiempo no a menudo, durante periodo lectivo juego solo fin de semanas, actualmente juego con mucha frecuencia	05/06/2013 16:43
59	He estado muchos meses sin jugar por aburrimiento, ahora he vuelto a retomarlo.	05/06/2013 16:41
60	Lo dejé una temporada, hace un par de meses he vuelto	05/06/2013 16:30
61	Aunque sí que he estado rachas de semanas sin jugar por causa 2, 3, 4, 5 y 7.	05/06/2013 16:24
62	Por diablo 2 :) hicieron rest de ladder	05/06/2013 16:05
63	Por lo que me parece una simplificación de la saga Diablo a un producto comercial para todos los públicos.	05/06/2013 15:56
64	Dejo de jugar cuando me aburre y veo que pierde interés hasta que sacan un nuevo parche y veo qué innovaciones tiene.	05/06/2013 15:49
65	Lo dejo y vuelvo, lo dejo y vuelvo. Como el tabaco.	05/06/2013 15:46
66	Por estar en apoca de exámenes	05/06/2013 15:38
67	por la casa de subastas	05/06/2013 15:20
68	monotonía y aburrimiento y ningún aliciente para seguir jugando	05/06/2013 14:57
69	Aunque haya señalado tres opciones de las expuestas, sigo jugando pero muchísimo menos que en sus comienzos.	05/06/2013 14:43
70	Juego pero con muchísima menos frecuencia.	05/06/2013 14:37
71	Aburrido de hacer siempre lo mismo.	05/06/2013 14:14
72	Lo dejé y he vuelto	05/06/2013 13:33
73	He dejado de jugar ocasionalmente. Ahora sigo jugando.	05/06/2013 13:01
74	Me pareció un mal juego y me cansé de él enseguida.	05/06/2013 12:58
75	Pero volví xD	05/06/2013 12:54
76	Sigo jugando, pero el 80% del tiempo que juego es en la AH/RMAH	05/06/2013 12:47
77	Deje de jugar cuando salio Mist of Pandaria, he vuelto hace unos meses con ganas	05/06/2013 12:01
78	en alguna ocasión, para descansar un poco del juego y volver al mes con mas ganas	05/06/2013 12:01
79	juego a temporadas, igual juego una semana todos los días y luego lo dejo un mes	05/06/2013 11:11
80	ultimamente voy a rachas, y a lo mejor paso un mes sin jugar a diablo	05/06/2013 11:10
81	Aunque tengo días y semanas en las que no me conecto por la poca aleatoriedad del juego	05/06/2013 10:27
82	Durante unos meses por aburrimiento, he vuelto recientemente.	05/06/2013 10:07
83	Sigo jugando, pero cada vez con menos frecuencia	05/06/2013 10:05
84	demasiado repetitivo y pocas cosas que hacer en el juego una vez llegas a 60.	05/06/2013 9:50
85	Parones en el tiempo por cuestiones de trabajo	05/06/2013 9:10

Cuestionario jugadores Diablo III

86	Por el sexo	05/06/2013 8:37
87	dejo de jugar por ABURRIMIENTO cada poco tiempo, dado que no hay mejoría en ningún aspecto del juego que dure más de 15 días. al tiempo lo retomo	05/06/2013 6:27
88	Tiene lo que le falta a Diablo 3	05/06/2013 3:17
89	Guild Wars me ofrece algo mucho más dinámico	05/06/2013 2:21
90	cuando tengo tiempo sí sigo jugando.	05/06/2013 2:11
91	Sigo jugando, pero ocasionalmente por falta de tiempo.	05/06/2013 1:27

Cuestionario jugadores Diablo III

Q20 Si has dejado de jugar a Diablo III, indica cuándo. Si sigues jugando en la actualidad, pasa a la siguiente pregunta, P.21.

Respondido: 297 Omitido: 652

n.º	Respuestas	Fecha
1	Lo dejé 3-4 meses después de su salida. Luego volví a jugar, volví a dejarlo y ahora he vuelto pero apunto de volverlo a dejar xD.	10/09/2013 14:26
2	The	06/08/2013 20:40
3	Jugué 4 meses desde su lanzamiento, ya no lo toco ni con un palo	26/06/2013 19:57
4	Hace una semana aprox. (hoy es 22/6/2013)	22/06/2013 10:44
5	Hace 6 meses.	21/06/2013 23:20
6	Lo he dejado temporalmente, por falta de tiempo, pero volveré a jugar	18/06/2013 21:51
7	Lo deje un mes y medio en verano, luego volvi con ganas y lo volvi a dejar como en diciembre, pero sigo jugando de vez en cuando, solo que mas rollo casual	16/06/2013 5:36
8	mayo 2013	15/06/2013 17:00
9	Un mes despues de su salida.	15/06/2013 7:27
10	Si	14/06/2013 12:47
11	hace dos meses	12/06/2013 21:34
12	Lo dejé hace 6 meses	12/06/2013 13:22
13	Juego y dejo de jugar	11/06/2013 16:26
14	Hace un mes	11/06/2013 9:58
15	Enero 2013	11/06/2013 5:13
16	he parado de jugar 3 meses y he vuelto con el último parche (1.08)	10/06/2013 21:07
17	Hace medio año	10/06/2013 20:25
18	Hace más de 6 meses	10/06/2013 16:41
19	Hace casi 1 año	10/06/2013 16:37
20	agosto 2012	10/06/2013 15:10
21	Hace 4 meses.	10/06/2013 14:27
22	2012	10/06/2013 13:18
23	Juego muy esporádicamente, cuando sale algún parche que aporta alguna novedad y sólo para ver los cambios. El último parche (1.0.8) salió el 8 de mayo y lo jugué durante dos semanas.	10/06/2013 13:11
24	Hice un parón entre setiembre de 2012 y marzo de 2013 ya que el juego no me divertia una vez llegado a nivel 60	10/06/2013 9:31
25	Al poco de comprarlo	10/06/2013 8:56
26	2\2\2013	09/06/2013 20:44
27	hace un par de semanas, como unas vacaciones	09/06/2013 20:23
28	6 meses	09/06/2013 19:33
29	Justo despues del parche de las llaves y el p2p y es patetico	09/06/2013 19:04
30	Hará 3 meses.	09/06/2013 18:00
31	a finales del año pasado	09/06/2013 17:38
32	Febrero	09/06/2013 17:28
33	Septiembre 2012	09/06/2013 16:45

Cuestionario jugadores Diablo III

34	a los 2 meses del lanzamiento	09/06/2013 16:45
35	Hace 2 meses. Pero anteriormente ya había dejado de jugar, por el mismo motivo (aburrimiento) varias veces.	09/06/2013 16:18
36	dos meses despues de salir el juego	09/06/2013 15:29
37	enero 2013	09/06/2013 15:16
38	Tras llegar a lvl 60 con todos los personajes, a partir de ahí juego muy esporádicamente partidas con amigos que siguen jugando habitualmente	09/06/2013 15:00
39	Vuelvo a jugar con la inclusión de un parche grande. Tras ver que el juego sigue a medias me canso a la semana de hacer lo mismo de nuevo.	09/06/2013 14:46
40	al me de comprarmelo	09/06/2013 14:12
41	6 meses	09/06/2013 13:14
42	Hace 8 meses	09/06/2013 12:53
43	Hace unos cuantos meses	09/06/2013 11:45
44	juego esporádicamente cuando sacan contenido.	09/06/2013 11:04
45	Aprox. 6 meses (15/6/2013)	09/06/2013 2:38
46	Deje de jugar de de manera intensiva a los dos meses de salida del juego.	09/06/2013 1:40
47	hace 2 meses	09/06/2013 0:40
48	hace 4 meses	09/06/2013 0:20
49	Hace medio año.	08/06/2013 23:47
50	Hace medio año.	08/06/2013 23:43
51	a los 2 meses de la salida o así	08/06/2013 22:57
52	A los 2 meses de salir	08/06/2013 21:56
53	Aproximadamente 3 meses después de empezar a jugarlo,	08/06/2013 21:53
54	hace unos meses	08/06/2013 21:41
55	Llevo mas o menos 6 meses sin jugar a Diablo 3... alguna vez me he metido pero no juego más de 20 minutos.	08/06/2013 19:48
56	Mediados de marzo de 2013	08/06/2013 18:44
57	Diciembre 2012	08/06/2013 18:36
58	Alñrededor de Abril	08/06/2013 14:25
59	Finales de verano 2012	08/06/2013 14:24
60	Lo deje como a los 4 meses del lanzamiento. Más adelante le he dado alguna oportunidad, pero es que es una mierda de juego.	08/06/2013 14:02
61	Hace 4 o 5 meses.	08/06/2013 13:30
62	jugué solo unos meses	08/06/2013 13:29
63	Enero 2013	08/06/2013 13:10
64	Hace mas de 4 meses	08/06/2013 12:37
65	hace 3 semanas o 1 mes mas o menos	08/06/2013 10:34
66	Solo entro a la subasta y juego 5 minutos para ver si han cambiado	08/06/2013 10:18
67	Dejé de jugar a finales del año pasado	08/06/2013 10:18
68	mes	08/06/2013 5:41
69	hace 2 meses	08/06/2013 5:21
70	junio 2012->mayo 2013	08/06/2013 4:51
71	hace 9 meses	08/06/2013 3:52
72	8 meses	08/06/2013 3:26
73	Marzo 2013	08/06/2013 3:12

Cuestionario jugadores Diablo III

74	Hace 4 meses	08/06/2013 2:22
75	Hace un par de meses (Abril)	08/06/2013 0:21
76	un mes tras el lanzamiento	08/06/2013 0:09
77	15/03/2013	07/06/2013 23:52
78	1 mes despues de empezar a jugar	07/06/2013 23:06
79	xk es una mierda	07/06/2013 23:02
80	Lo deje al mes de salir el juego, lo retome al par de meses y ahora juego 10 minutos cada mucho tiempo.	07/06/2013 21:50
81	hará unos 3 meses	07/06/2013 21:24
82	En enero del 2013	07/06/2013 20:10
83	Julio 2012	07/06/2013 20:07
84	2 meses tras su salida al mercado.	07/06/2013 19:44
85	unos 8 meses o así que no juego.	07/06/2013 19:24
86	Desde hace 4 meses	07/06/2013 19:12
87	despues de pasame diablo 3 en infierno	07/06/2013 18:00
88	3 semanas	07/06/2013 17:58
89	Lo dejé, volví y así....tengo mis 5 personajes subidos pero no me llena.	07/06/2013 17:29
90	Enero 2013	07/06/2013 16:19
91	Desde que lo compre en el lanzamiento he dejado de jugar en varias ocasiones por aburrimiento normalmente, suelo volver cuando meten algun parche nuevo con contenido.	07/06/2013 16:14
92	Lo deje hace un mes,cuando llegue al level 100.	07/06/2013 15:59
93	Julio 2012	07/06/2013 15:15
94	1 semana después del 1.0.8	07/06/2013 15:08
95	A los 2 meses del lanzamiento.	07/06/2013 14:40
96	Hace 2 meses	07/06/2013 14:31
97	6 meses	07/06/2013 14:16
98	A los 4 meses de que el juego saliera	07/06/2013 13:42
99	marzo/2013	07/06/2013 13:02
100	Verano pasado	07/06/2013 12:58
101	jugué sólo el primer mes	07/06/2013 12:47
102	Desde hace 3 meses	07/06/2013 12:26
103	3 meses	07/06/2013 12:08
104	28 de agosto de 2012	07/06/2013 11:01
105	hace un mes	07/06/2013 10:55
106	hace 5 meses	07/06/2013 10:45
107	Lo dejo al poco de salir un parche nuevo por aburrimiento.	07/06/2013 9:08
108	hace 6 meses	07/06/2013 8:38
109	desde la segunda vez que lo terminé.	07/06/2013 8:25
110	Apenas entro de vez en cuando tras cada nuevo parche.	07/06/2013 8:19
111	hace un mes aproximadamente	07/06/2013 6:43
112	Hace unos meses	07/06/2013 4:59
113	en diciembre	07/06/2013 4:41
114	A los 6 meses de su salida aprox	07/06/2013 3:44
115	En epocas de exámenes	07/06/2013 3:33
116	antes del parche 10.8 y volvi 3 dias para el aniversario, y lo deje de nuevo	07/06/2013 2:34

Cuestionario jugadores Diablo III

117	Unas tres semanas de empezarlo	07/06/2013 2:30
118	Hace 9 meses	07/06/2013 1:31
119	Ace 7 meses xD si sigo	07/06/2013 1:28
120	Desde octubre de 2012	07/06/2013 0:47
121	5 meses.	07/06/2013 0:40
122	Hace varios meses. La respuesta que he puesto a al pregunta 10 se refiere a la cantidad de horas diarias cuando todavía jugaba.	07/06/2013 0:28
123	dgrdtgrtheth	07/06/2013 0:27
124	un mes y medio de su lanzamiento, retomado en en 1.0.8	07/06/2013 0:23
125	Hace mas de un año	07/06/2013 0:03
126	hace poco	07/06/2013 0:03
127	A los 2 meses de su salida. Aunque sigo las novedades de los parches.	07/06/2013 0:02
128	hace 1 mes	06/06/2013 23:40
129	A rachas. Cuando publiquen otro parche volveré unos días.	06/06/2013 23:19
130	HACE 2 MESES, PERO DE VEZ EN CUANDO ME CONECTO	06/06/2013 23:05
131	a las 3 semanas de lanzamiento	06/06/2013 22:44
132	DESDE MAYO 2013	06/06/2013 22:24
133	Mes y medio.	06/06/2013 22:12
134	hace un mes y medio	06/06/2013 22:12
135	hace 3 meses	06/06/2013 22:10
136	16-03-2013	06/06/2013 22:06
137	Lo dejé en Octubre de 2012, volví en Abril de 2013.	06/06/2013 22:05
138	Al cabo de un mes.	06/06/2013 22:00
139	Hace 6 meses	06/06/2013 21:51
140	Al 100% no lo he dejado, pero juego muy poco, una vez a la semana más o menos.	06/06/2013 21:47
141	Dejé de jugar hace 2 meses pero he vuelto ahora	06/06/2013 21:45
142	Lo dejé varias veces, una antes de los parches grandes de hace unos meses, y ahora mismo casi no entro tampoco esperando el pvp...	06/06/2013 21:44
143	Septiembre 2012	06/06/2013 21:42
144	Lo he dejado 5 meses y he vuelto	06/06/2013 21:34
145	Deje de jugar D3 desde que me di cuenta de que era un juego beta,antes jugaba 6-7h diarias.	06/06/2013 21:25
146	Hace un par de meses	06/06/2013 21:13
147	6meses? No me acuerdo, llegue a nivel peragon 26 +o-	06/06/2013 20:58
148	A los 2 meses de lanzado el juego	06/06/2013 20:53
149	Juego despues de cada parche para ver como van cambiando las cosas, pero nunca de forma constante	06/06/2013 20:44
150	Hará 6 meses	06/06/2013 19:35
151	hace 3 semanas	06/06/2013 19:12
152	Agosto 2012	06/06/2013 19:04
153	dejo de jugar parcialmente, regreso, y me aburro de inmediato	06/06/2013 17:17
154	1/1/13	06/06/2013 17:06
155	Hace 1 mes	06/06/2013 16:38
156	Lo deje un tiempo, hasta que metieron el parche 108	06/06/2013 16:27
157	5 meses	06/06/2013 16:07
158	Juego como mucho 1 hora diaria si tengo tiempo. Pero no es mi primera opcion actualmente	06/06/2013 15:01

Cuestionario jugadores Diablo III

159	2 mese voy entrando a subasta	06/06/2013 14:59
160	hace 3 meses	06/06/2013 14:08
161	Octubre 2012	06/06/2013 13:30
162	A los dos o tres meses como máximo después de empezar a jugar.	06/06/2013 13:21
163	Diciembre de 2012	06/06/2013 12:58
164	Hace 3 meses	06/06/2013 12:39
165	cuando salio la 1.0.6 o por hay deje de tener interes, muy repetitivo como comente antes y no sacaban nada de lo prometido (asco de duelos).	06/06/2013 12:19
166	Juego a ratos.	06/06/2013 10:40
167	Febrero del 2013	06/06/2013 10:32
168	Septiembre 2012	06/06/2013 10:03
169	Sigo entrando, pero solo para vender objetos que ya tengo, aunque no juego realmente, hará cosa de 2 meses que sigo esta mecánica.	06/06/2013 9:47
170	octubre 2012	06/06/2013 7:35
171	a los 5 meses de salir	06/06/2013 2:33
172	En Septiembre del 2012, después he vuelto a jugar alguna que otra vez pero no de forma continuada	06/06/2013 2:10
173	La verdad es que no lo recuerdo	06/06/2013 2:07
174	hace unos meses	06/06/2013 1:27
175	Hace unos cuantos meses, cuando me lo pasé	06/06/2013 1:22
176	alas 2 semanas de salir el juego.	06/06/2013 1:05
177	Juego en casos intermedios, depende de lo que me apetezca	06/06/2013 0:19
178	Hace mas de 1 mes (abril/2013)	06/06/2013 0:14
179	En mayo del 2013 lo deje definitivamente	05/06/2013 23:47
180	hara menos de un mes	05/06/2013 23:46
181	3 meses tras la salida del juego	05/06/2013 23:44
182	1.06	05/06/2013 23:25
183	deje de jugar un mes después de que saliera	05/06/2013 23:22
184	Enero/2013	05/06/2013 23:10
185	A finales de verano de 2012	05/06/2013 23:10
186	el verano pasado	05/06/2013 22:47
187	principios de año	05/06/2013 22:46
188	un mes	05/06/2013 22:37
189	Principios de año	05/06/2013 22:26
190	Hace 6 meses	05/06/2013 22:25
191	A los 2-3 meses de empezar, he entrado de vez en cuando a ver cómo seguía la cosa pero para volver a dejarlo rápidamente	05/06/2013 22:17
192	A los 4 meses del lanzamiento.	05/06/2013 22:07
193	En el parche 1.05 y volvi en el 1.07	05/06/2013 21:47
194	dos meses despues de su salida	05/06/2013 21:38
195	Hace 6 meses.	05/06/2013 21:32
196	Hace meses	05/06/2013 21:26
197	A los tres meses de empezar	05/06/2013 21:19
198	Unos tres meses después de su salida. Ahora sólo juego muy de vez en cuando.	05/06/2013 21:16
199	Hace un mes jugue por ultima vez.	05/06/2013 21:12
200	ace 6 meses	05/06/2013 21:09

Cuestionario jugadores Diablo III

201	Jugue unos 6 meses	05/06/2013 21:07
202	Desde hace 5 meses	05/06/2013 20:55
203	A los 3 meses de salir.	05/06/2013 20:39
204	En mayo de 2013	05/06/2013 20:07
205	Por exámenes de la universidad y por aburrimiento	05/06/2013 19:49
206	en septiembre del año pasado	05/06/2013 19:40
207	lo he dejado un par de veces algunos meses	05/06/2013 19:39
208	Pues como dije en la pregunta 19 tengo la esperanza que algun dia cambie y vuelva 100% mientras sigo jugando cuando sale el parche	05/06/2013 19:13
209	como un mes despues de empezar	05/06/2013 18:58
210	Desde principios de año 2013	05/06/2013 18:57
211	Hace un mes, aunque he tenido periodos largos de abandono porque es muy repetitivo y la recompensa es minima.	05/06/2013 18:41
212	cuando metieron el pvp	05/06/2013 18:24
213	al mes de la salida del juego	05/06/2013 18:16
214	Febrero 2013	05/06/2013 18:04
215	septiembre	05/06/2013 18:02
216	En Diciembre	05/06/2013 17:53
217	hace 1 año quizas	05/06/2013 17:48
218	A los seis meses de comprarlo.	05/06/2013 17:42
219	Hace 2 meses	05/06/2013 17:41
220	Octubre 2012	05/06/2013 17:39
221	Hace 6 meses, entro puntualmenet a ver como estan las cosas y dejo otra vez de jugar.	05/06/2013 17:38
222	Deje de jugar a los 4 meses del lanzamiento (aproximadamente)	05/06/2013 17:29
223	Cuando hubo banweave en... ¿noviembre?	05/06/2013 17:29
224	Si, Febrero o Marzo	05/06/2013 17:29
225	deje de jugar y volvi a jugar hace poco. arriba puse las causas por las cuales deje de jugar.	05/06/2013 17:21
226	Febrero	05/06/2013 17:06
227	Enero 2013	05/06/2013 16:49
228	Deje de jugar por falta de tiempo, por estudios para ser exactos.	05/06/2013 16:40
229	Agosto 2012	05/06/2013 16:38
230	Dejé de jugar en navidades de 2012	05/06/2013 16:37
231	Juego uno o dos días a la semana, alrededor de media hora	05/06/2013 16:20
232	Actualmente	05/06/2013 15:56
233	Lo compre cuando salió, jugue un par de meses y lo dejé; hace 1 mes he vuelto a jugar y mucho mas que antes (lo matizo para tu información)	05/06/2013 15:56
234	Dejé de jugar antes del parche de las gemas y los pvp, volví en mayo de 2013	05/06/2013 15:49
235	Deje de jugar unas semanas despues de que saliese el juego.	05/06/2013 15:45
236	Hace 9 meses.	05/06/2013 15:43
237	Hace 4 meses dejé de jugar. Ahora hace dos semanas que he vuelto pero me está aburriendo otra vez y probablemente lo vuelva a dejar.	05/06/2013 15:42
238	Hace un més	05/06/2013 15:38
239	mayo 2013	05/06/2013 15:37
240	Coincidiendo con la salida de Guild wars 2	05/06/2013 15:36
241	Julio de 2012	05/06/2013 15:22

Cuestionario jugadores Diablo III

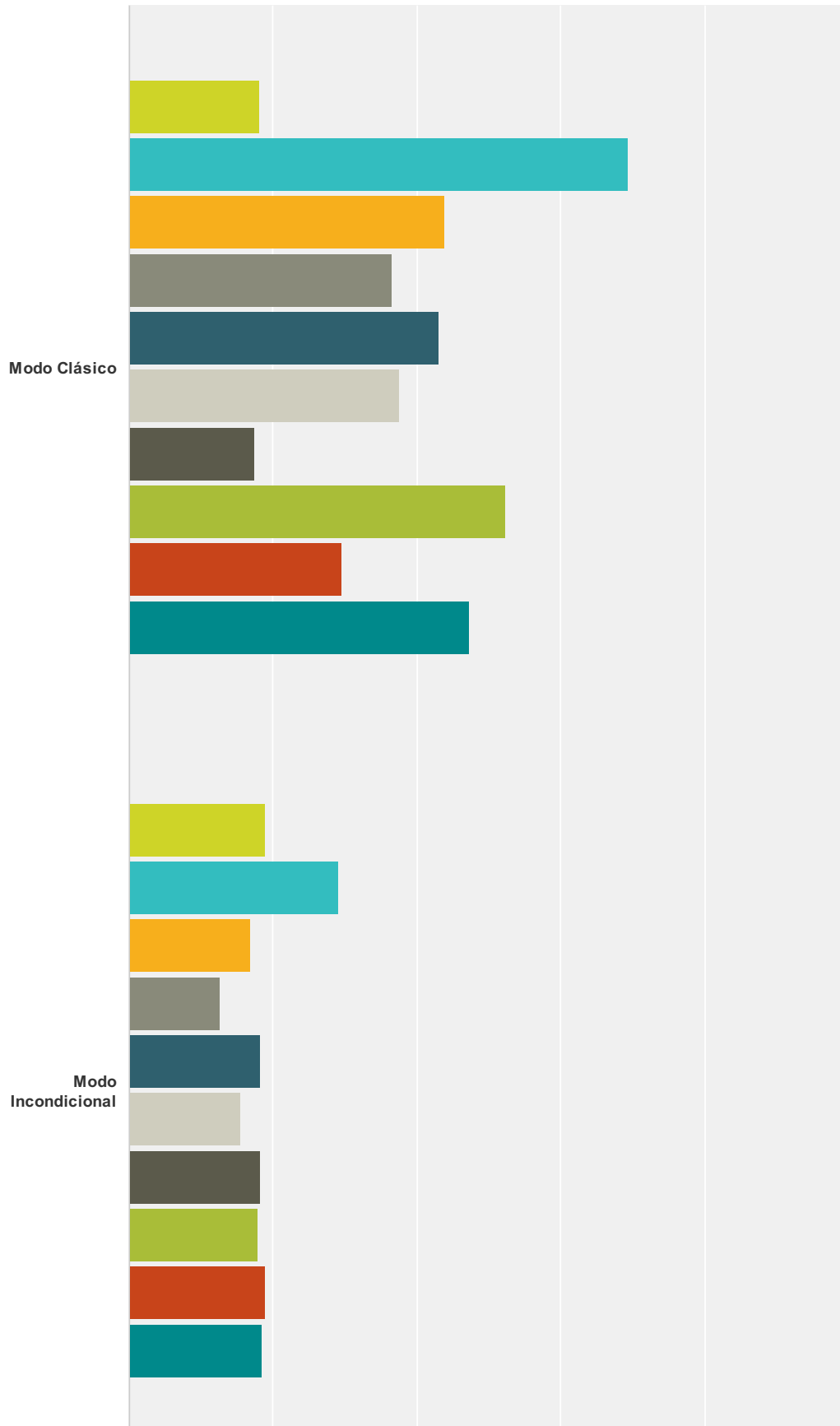
242	hace 4 meses	05/06/2013 15:20
243	ahora no juego	05/06/2013 15:14
244	En abril deje de jugarlo, hasta que vea que vale la pena realmente.	05/06/2013 15:05
245	Hace una semana	05/06/2013 14:58
246	hace 2 meses	05/06/2013 14:57
247	hace 4 meses	05/06/2013 14:14
248	60 meses	05/06/2013 14:14
249	Octubre 2012	05/06/2013 14:02
250	Solo dejé de jugar en la vacaciones y me dediqué a otra juego.	05/06/2013 13:57
251	Hace un año.	05/06/2013 13:55
252	Enero 2013	05/06/2013 13:50
253	Hace 2 meses.	05/06/2013 13:33
254	Hará unos 6 meses, debido a que SIEMPRE es lo mismo. Repetitivo, para un loot que el 99% de las veces no te sirve para nada.	05/06/2013 13:30
255	Seis meses.	05/06/2013 13:25
256	3 de agosto	05/06/2013 13:14
257	Febrero 2013 mas o menos, con conexiones esporádicas.	05/06/2013 13:10
258	Hace 2 meses	05/06/2013 13:07
259	Hace 8 meses	05/06/2013 13:02
260	Dejé de jugar 4 meses después de la salida del juego. Estuve sin jugar 5 meses	05/06/2013 13:01
261	Hace unos 6 meses.	05/06/2013 13:00
262	Me lo pasé en dos modos diferentes de dificultad, deje de jugar por aburrimiento y falta de novedad y volví para completar los últimos niveles de dificultad.	05/06/2013 12:59
263	Dejé de jugar a las pocas semanas. Volví a jugar un poco hace cosa de un mes, para terminarlo en avemo y ver las novedades. Ya está desinstalado de nuevo.	05/06/2013 12:58
264	Dejé de jugar hace unos cuatro meses de forma activa y hace más de dos que no me conecto al juego.	05/06/2013 12:50
265	Hace ya un tiempo, jugaba en ocasiones porque me lo dejo un amigo	05/06/2013 12:48
266	El torchlight 2 es un juego infinitamente mejor, pese a sus gráficos mucho peores; tiene mejor loot, mas aleatoriedad, mas tiers, mejores animaciones, infinitas builds, etc etc	05/06/2013 12:13
267	5 meses	05/06/2013 12:13
268	Dejé de jugar en enero pero lo retomé a finales de mayo	05/06/2013 12:07
269	Septiembre 2012	05/06/2013 12:05
270	hace un par de meses	05/06/2013 11:47
271	deje de jugar durante unos 5 meses, pero he vuelto ahora	05/06/2013 11:45
272	al mes de salir, exprimi el juego todo lo que pude y luego al no tener nada nuevo, y solo tener que pasarse la historia ciclicamente lo abandone.	05/06/2013 11:33
273	En Abril deje de jugar	05/06/2013 11:27
274	hace 1 año y pico	05/06/2013 11:02
275	En Diciembre	05/06/2013 10:24
276	Aproximadamente en Noviembre de 2012.	05/06/2013 10:07
277	en septiembre del año pasado	05/06/2013 9:50
278	Hace como un año	05/06/2013 9:44
279	deje de jugar en Enero hace 2 dias volvi a jugar pero volvere a dejarlo.	05/06/2013 9:30
280	Hace meses.	05/06/2013 8:38
281	En Febrero de 2013	05/06/2013 8:04

Cuestionario jugadores Diablo III

282	hace unos meses	05/06/2013 7:49
283	En diciembre	05/06/2013 7:43
284	He jugado durante fases intermitentes	05/06/2013 3:14
285	Hace unos 4 meses.	05/06/2013 2:28
286	Lo compre en su lanzamiento y lo deje a los 2 meses	05/06/2013 2:26
287	a los dos meses de empezar.	05/06/2013 2:21
288	hace mas de 6 meses	05/06/2013 1:58
289	Hace meses.	05/06/2013 1:21
290	hace 3 meses	05/06/2013 0:33
291	Hace unos 8 meses.	05/06/2013 0:22
292	Hace unos meses	05/06/2013 0:21
293	Dos semanas después de su lanzamiento.	05/06/2013 0:20
294	Hace 4 meses.	05/06/2013 0:17
295	Hace 9 meses	04/06/2013 23:45
296	Hara dos meses. Abril.	04/06/2013 23:44
297	En septiembre de 2012	04/06/2013 23:43

Q21 Por favor, indica los personajes de los que dispones en tu cuenta de Diablo III. Máximo 10 opciones.

Respondido: 784 Omitido: 165



Cuestionario jugadores Diablo III

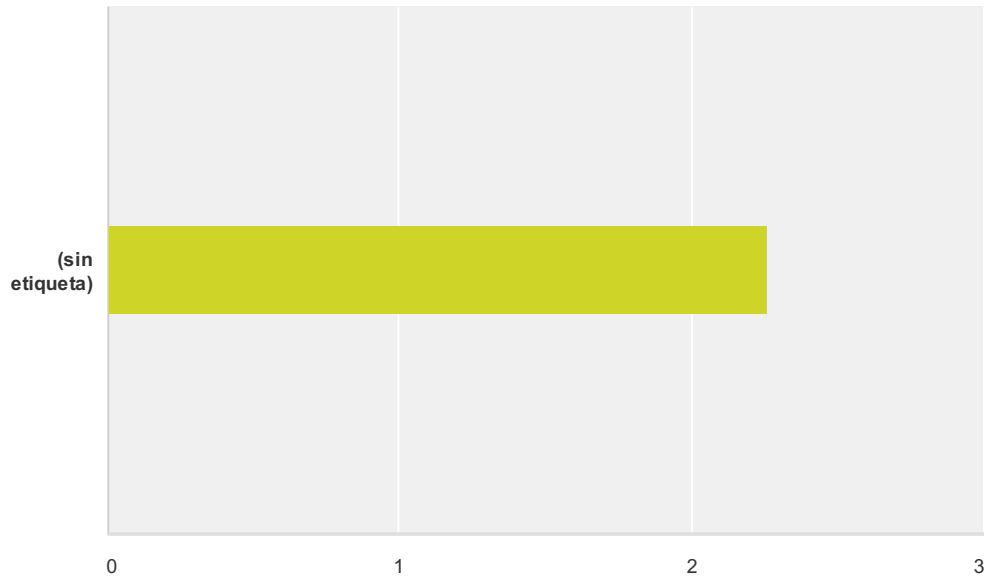


- Bárbara
- Bárbaro
- Cazadora de demon.
- Cazador de demon.
- Maga
- Mago
- Médica bruja
- Médico brujo
- Monje (femen)
- Monje (mascu)

	Bárbara	Bárbaro	Cazadora de demon.	Cazador de demon.	Maga	Mago	Médica bruja	Médico brujo	Monje (femen)	Monje (mascu)	Total de encuestados
Modo Clásico	18,14% 142	69,22% 542	43,81% 343	36,65% 287	43,04% 337	37,55% 294	17,50% 137	52,23% 409	29,50% 231	47,13% 369	3.091
Modo Incondicional	18,84% 68	29,09% 105	16,90% 61	12,74% 46	18,28% 66	15,51% 56	18,28% 66	18,01% 65	18,84% 68	18,56% 67	668

Q22 Valora las opciones de personalización del avatar disponibles (customización)

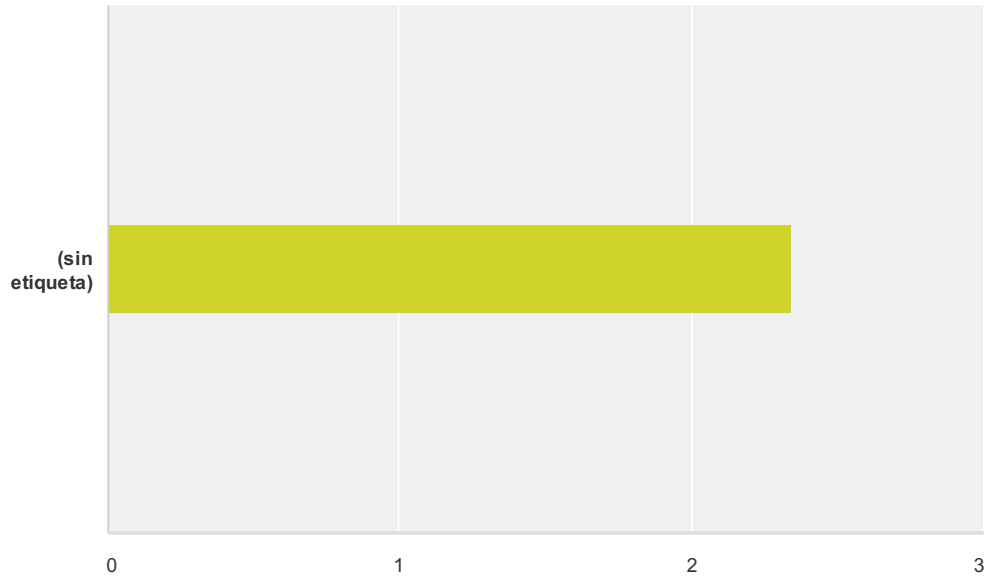
Respondido: 786 Omitido: 163



	Muy satisfactorias	Satisfactorias	Aceptables	Poco satisfactorias	Nada satisfactorias	Total	Clasificación promedio
(sin etiqueta)	1,78% 14	11,96% 94	27,35% 215	27,99% 220	30,92% 243	786	2,26

Q23 Valora la importancia que tiene para ti el sistema de consecución de logros...

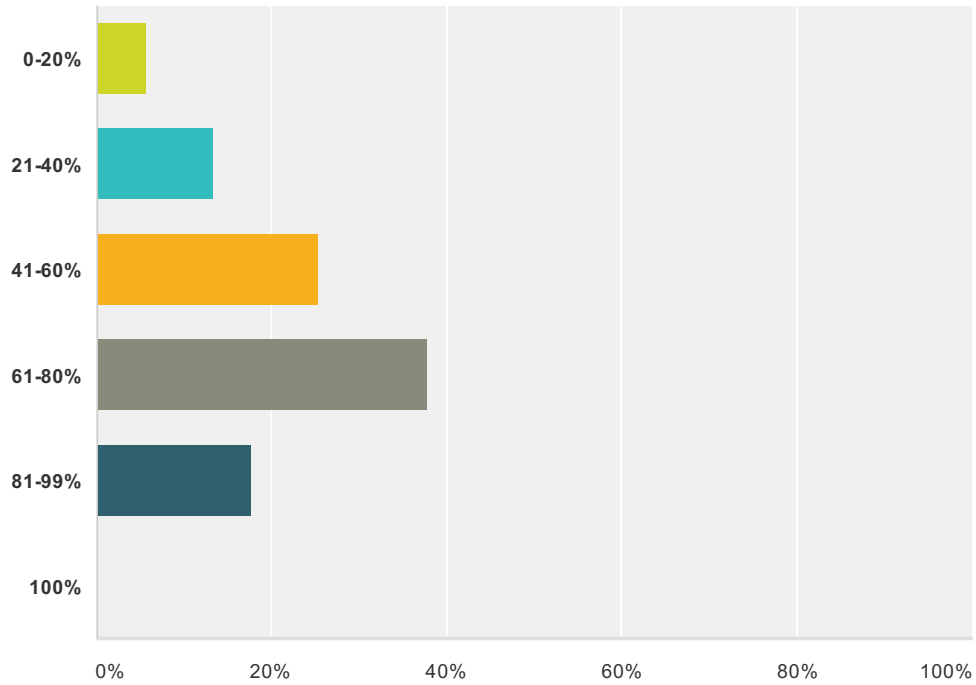
Respondido: 786 Omitido: 163



	Muy poco importante	Poco importante	Medianamente importante	Bastante importante	Muy importante	Total	Clasificación promedio
(sin etiqueta)	23,66% 186	32,32% 254	32,32% 254	9,54% 75	2,16% 17	786	2,34

Q24 A continuación, indica el porcentaje de logros que has completado.

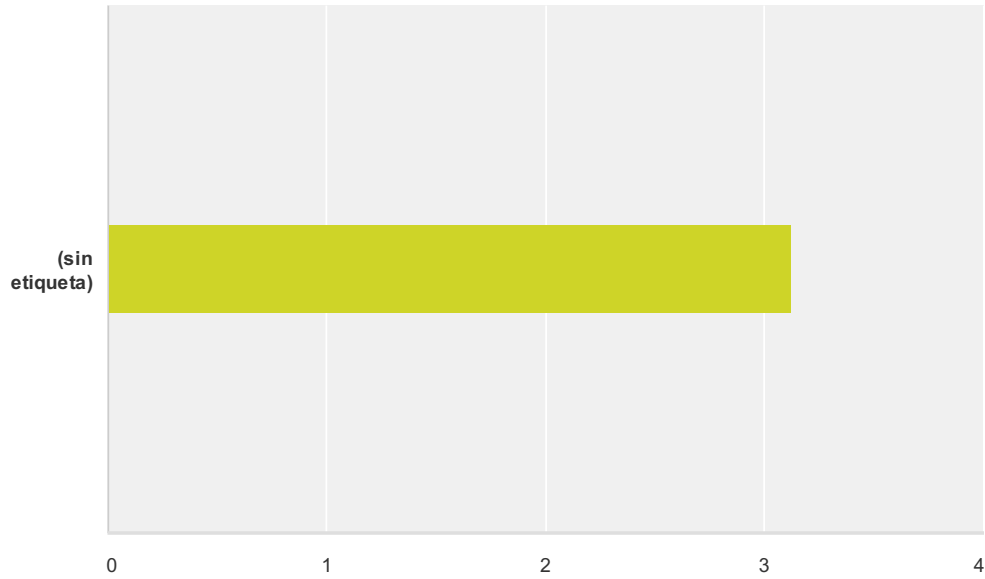
Respondido: 782 Omitido: 167



Opciones de respuesta	Respuestas	
0-20%	5,63%	44
21-40%	13,30%	104
41-60%	25,32%	198
61-80%	37,72%	295
81-99%	17,65%	138
100%	0,38%	3
Total		782

Q25 Valora el sistema de adquisición de experiencia y nivel.

Respondido: 785 Omitido: 164

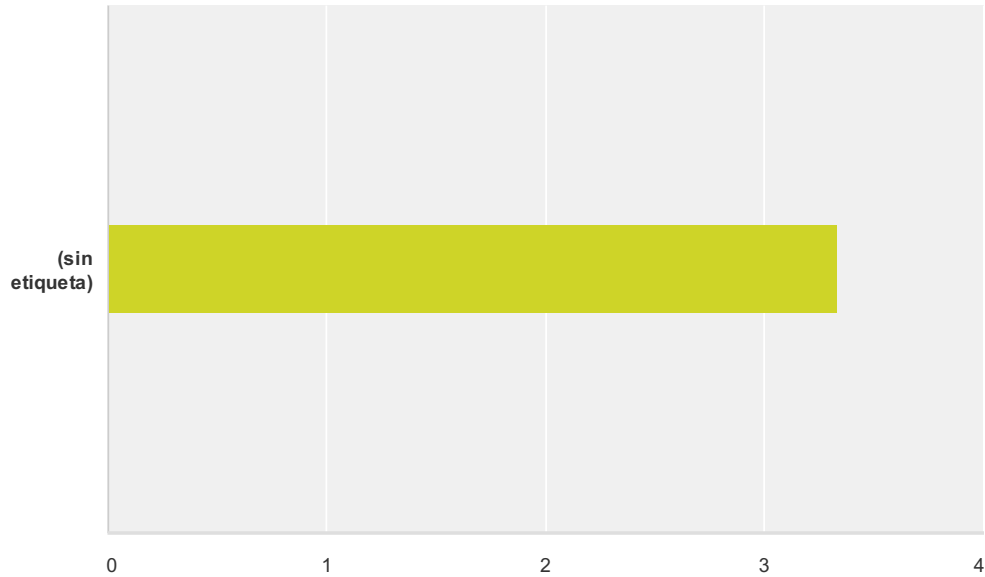


	Muy lento	Lento	Equilibrado	Rápido	Muy rápido	Total	Clasificación promedio
(sin etiqueta)	3,06% 24	14,27% 112	56,43% 443	20,13% 158	6,11% 48	785	3,12

Cuestionario jugadores Diablo III

Q26 Valora tu experiencia personal de interacción con otros jugadores.

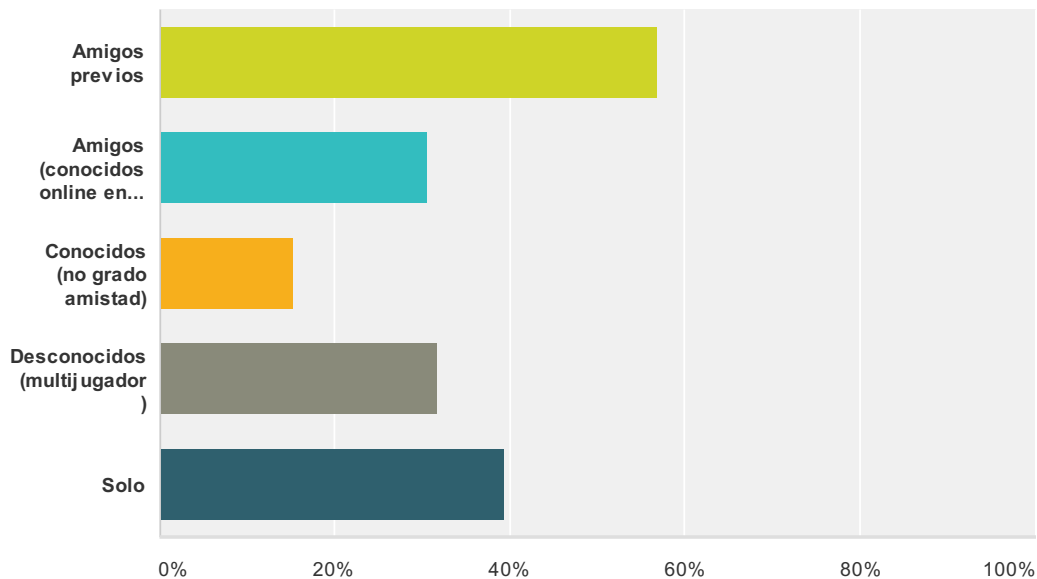
Respondido: 772 Omitido: 177



	Muy Mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena	Total	Clasificación promedio
(sin etiqueta)	4,27% 33	11,92% 92	36,01% 278	41,71% 322	6,09% 47	772	3,33

Q27 ¿Con quién juegas a Diablo III habitualmente?

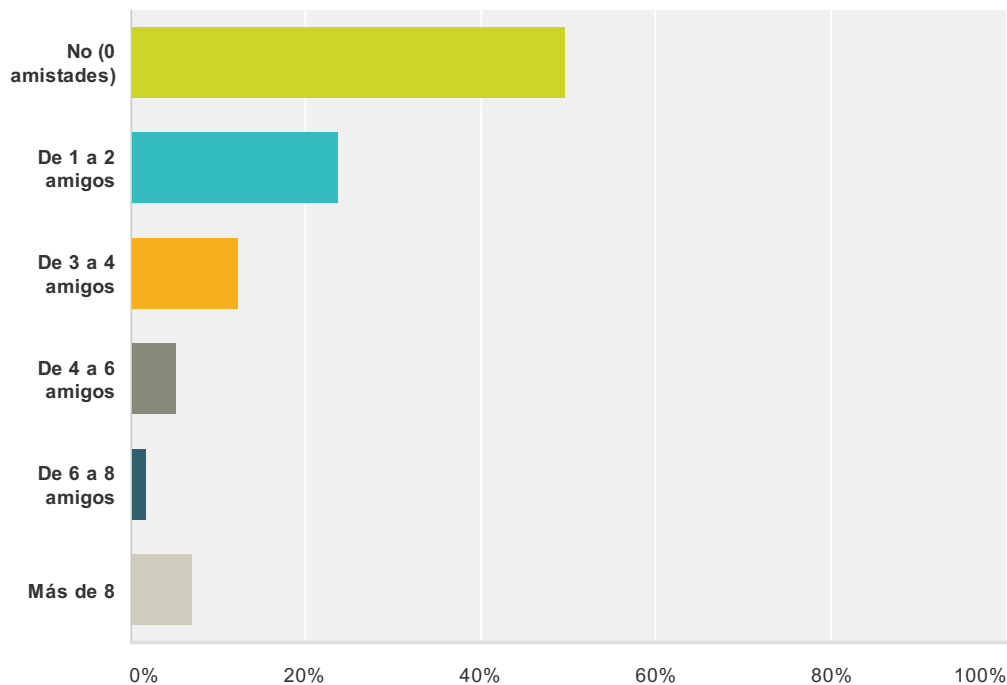
Respondido: 788 Omitido: 161



Opciones de respuesta	Respuestas
Amigos previos	56,73% 447
Amigos (conocidos online en Diablo III)	30,58% 241
Conocidos (no grado amistad)	15,23% 120
Desconocidos (multijugador)	31,85% 251
Solo	39,47% 311
Total de encuestados: 788	

Q28 ¿Has entablado amistad con otros jugadores de Diablo III vía online?

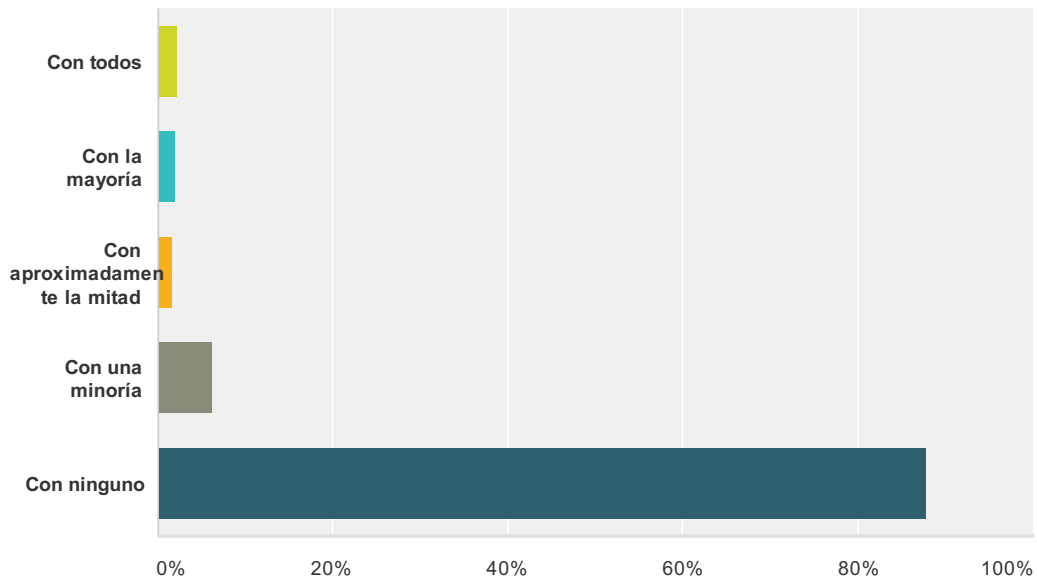
Respondido: 784 Omitido: 165



Opciones de respuesta	Respuestas	Cantidad
No (0 amistades)	49,62%	389
De 1 a 2 amigos	23,72%	186
De 3 a 4 amigos	12,37%	97
De 4 a 6 amigos	5,23%	41
De 6 a 8 amigos	1,91%	15
Más de 8	7,14%	56
Total		784

Q29 En el caso de que hayas entablado amistades online...¿Has quedado con ellas físicamente en alguna ocasión?

Respondido: 625 Omitido: 324



Opciones de respuesta	Respuestas
Con todos	2,24% 14
Con la mayoría	2,08% 13
Con aproximadamente la mitad	1,60% 10
Con una minoría	6,40% 40
Con ninguno	87,68% 548
Total	625

Cuestionario jugadores Diablo III

Q30 ¿Te hubiera gustado quedar físicamente con más amigos? En caso afirmativo indica las razones por las que no habéis podido encontrarlos. En caso negativo, reponde NO.

Respondido: 807 Omitido: 142

n.º	Respuestas	Fecha
1	Me es indiferente	17/11/2013 22:00
2	NO	14/11/2013 18:25
3	no	04/11/2013 13:36
4	NO.	02/10/2013 19:00
5	Sí. Y no hemos podido más que nada por la diferencia de distancia entre países. He hecho algunos amigos ingleses y otros eran Sud-Americanos.	12/09/2013 23:34
6	no	10/09/2013 14:28
7	falta de tiempo	03/09/2013 15:31
8	NO	02/09/2013 23:40
9	NO	30/08/2013 18:53
10	NO	29/08/2013 3:14
11	NO	28/08/2013 17:39
12	Sí, pero vivimos en países distintos	27/08/2013 8:01
13	NO	16/08/2013 20:01
14	no	10/08/2013 20:41
15	NO	10/08/2013 1:00
16	No	06/08/2013 20:43
17	Geográficas y edad	28/07/2013 14:49
18	Distancia	19/07/2013 15:31
19	No	15/07/2013 21:09
20	Son de otros países	13/07/2013 9:30
21	no	04/07/2013 16:09
22	Si hubiesen sido amigos, sí me hubiese gustado quedar "físicamente"	26/06/2013 19:59
23	NO	26/06/2013 12:11
24	No	24/06/2013 11:44
25	NO	22/06/2013 10:49
26	NO	21/06/2013 23:22
27	no	21/06/2013 16:11
28	NO	19/06/2013 15:14
29	En la comunidad de Diablo III juego con gente que ya conozco previamente, pero a través de otros medios, si tengo afinidad con la persona, me gusta conocerlos en persona, y lo he hecho a menudo.	18/06/2013 21:54
30	no	17/06/2013 12:21
31	no	16/06/2013 13:11
32	No	16/06/2013 5:38
33	No	15/06/2013 23:16

Cuestionario jugadores Diablo III

34	no	15/06/2013 17:02
35	no	15/06/2013 14:11
36	no	15/06/2013 13:17
37	No	15/06/2013 7:28
38	NO	14/06/2013 12:48
39	Si claro	13/06/2013 11:56
40	NO	13/06/2013 9:01
41	NO	12/06/2013 23:06
42	no	12/06/2013 22:07
43	No	12/06/2013 13:24
44	Me hubiera gustado, pero la movilidad geográfica es complicada.	12/06/2013 12:07
45	No	12/06/2013 10:53
46	NO	11/06/2013 22:59
47	NO	11/06/2013 18:27
48	NO	11/06/2013 16:30
49	Si, viven en otros países	11/06/2013 16:27
50	NO.	11/06/2013 15:12
51	no	11/06/2013 11:50
52	no	11/06/2013 11:17
53	No	11/06/2013 10:00
54	No hemos podido quedar porque viven lejos	11/06/2013 9:54
55	NO	11/06/2013 5:15
56	surveymonkey	11/06/2013 1:51
57	NO	11/06/2013 1:28
58	n	11/06/2013 0:18
59	Sí. Distancia, y por tanto, dinero.	10/06/2013 21:18
60	No	10/06/2013 21:09
61	No	10/06/2013 20:31
62	NO	10/06/2013 20:27
63	NO	10/06/2013 16:43
64	NO	10/06/2013 16:38
65	no	10/06/2013 15:41
66	no	10/06/2013 15:11
67	NO	10/06/2013 15:08
68	NO	10/06/2013 14:28
69	Por la distancia	10/06/2013 13:26
70	NO.	10/06/2013 13:13
71	NO	10/06/2013 12:42
72	NO	10/06/2013 9:33
73	no	10/06/2013 8:57
74	Si.Viven demasiado en diferentes provincias	10/06/2013 7:07
75	NO.	10/06/2013 3:50
76	NO	10/06/2013 1:30

Cuestionario jugadores Diablo III

77	no	09/06/2013 22:01
78	NO	09/06/2013 21:34
79	no	09/06/2013 20:46
80	proque vivimos en diferentes ciudades, pero ire a ibiza de vacaciones y aprovecho para conocerlo	09/06/2013 20:25
81	si,por la distancia	09/06/2013 19:38
82	no	09/06/2013 19:35
83	NO	09/06/2013 19:06
84	no	09/06/2013 18:52
85	no	09/06/2013 18:47
86	Soy español, pero vivo y juego en Alemania. Está un poco difícil. Además, de esos 3-4, dos son españoles, uno francés.	09/06/2013 18:22
87	NO	09/06/2013 18:17
88	NO	09/06/2013 18:02
89	no	09/06/2013 17:40
90	NO	09/06/2013 17:30
91	NO	09/06/2013 17:03
92	NO	09/06/2013 16:46
93	NO	09/06/2013 16:46
94	NO	09/06/2013 16:34
95	NO	09/06/2013 16:21
96	No he conocido a nadie de interés	09/06/2013 15:33
97	NO	09/06/2013 15:18
98	Si claro	09/06/2013 15:09
99	no	09/06/2013 15:07
100	No	09/06/2013 15:03
101	No	09/06/2013 14:48
102	no	09/06/2013 13:58
103	Me hubiera gustado bastante, peor no somos de la misma ciudad (aunque probablemente en unos meses vaya a Madrid y pueda ver a una amiga)	09/06/2013 13:47
104	No	09/06/2013 13:15
105	No	09/06/2013 12:54
106	no	09/06/2013 12:23
107	no	09/06/2013 12:08
108	no	09/06/2013 12:01
109	NO	09/06/2013 11:48
110	no	09/06/2013 11:48
111	no	09/06/2013 11:05
112	para hablar del juego	09/06/2013 10:42
113	NO	09/06/2013 10:05
114	si	09/06/2013 9:48
115	NO	09/06/2013 5:35
116	si,por la distancia	09/06/2013 4:28
117	no	09/06/2013 3:17
118	NO	09/06/2013 2:40

Cuestionario jugadores Diablo III

119	NO	09/06/2013 1:42
120	no	09/06/2013 0:43
121	distancia	09/06/2013 0:22
122	Quizá si hubiera conocido a alguien.	08/06/2013 23:50
123	NO.	08/06/2013 23:44
124	los que merecian la pena se conocieron en su momento xD	08/06/2013 22:59
125	no	08/06/2013 22:39
126	NO	08/06/2013 21:57
127	NO	08/06/2013 21:55
128	NO	08/06/2013 21:45
129	NO	08/06/2013 21:42
130	NO	08/06/2013 21:42
131	NO	08/06/2013 21:31
132	jno	08/06/2013 20:45
133	no	08/06/2013 20:44
134	no	08/06/2013 19:55
135	No.	08/06/2013 19:50
136	no	08/06/2013 18:45
137	no me importaria	08/06/2013 18:43
138	NO	08/06/2013 18:40
139	si	08/06/2013 18:36
140	NO	08/06/2013 18:34
141	NO	08/06/2013 18:21
142	NO	08/06/2013 18:00
143	NO	08/06/2013 17:34
144	vivimos en otras comunidades	08/06/2013 17:06
145	no	08/06/2013 16:08
146	no	08/06/2013 16:01
147	porque no ha hbido necesida, no es importante	08/06/2013 15:44
148	NO	08/06/2013 15:23
149	no	08/06/2013 15:20
150	NO	08/06/2013 14:56
151	NO	08/06/2013 14:31
152	NO	08/06/2013 14:31
153	no	08/06/2013 14:31
154	NO	08/06/2013 14:30
155	De momento no.	08/06/2013 14:28
156	.	08/06/2013 14:25
157	no	08/06/2013 14:14
158	no	08/06/2013 14:05
159	Podría ser, pero viven lejos xD	08/06/2013 14:05
160	NO	08/06/2013 13:31
161	no	08/06/2013 13:31

Cuestionario jugadores Diablo III

162	NO	08/06/2013 13:24
163	NO	08/06/2013 13:11
164	no	08/06/2013 12:38
165	Distancia geografica que nos separa hace imposible que nos encontremos	08/06/2013 11:37
166	NO	08/06/2013 11:35
167	NO	08/06/2013 11:24
168	Si, Distancia	08/06/2013 11:04
169	no	08/06/2013 10:36
170	NO	08/06/2013 10:36
171	No	08/06/2013 10:19
172	NO	08/06/2013 10:19
173	Por ser de lugares distintos, distancia.	08/06/2013 9:00
174	viven en otro pais!	08/06/2013 8:53
175	no	08/06/2013 5:42
176	si	08/06/2013 5:23
177	No	08/06/2013 5:16
178	no	08/06/2013 4:52
179	no	08/06/2013 4:34
180	no	08/06/2013 4:33
181	no	08/06/2013 4:04
182	NO	08/06/2013 3:54
183	Si	08/06/2013 3:29
184	no	08/06/2013 3:14
185	No	08/06/2013 3:11
186	Sí, pero no tengo dinero para desplazarme.	08/06/2013 2:23
187	NO	08/06/2013 2:19
188	No.	08/06/2013 0:43
189	NO	08/06/2013 0:22
190	no	08/06/2013 0:10
191	no	07/06/2013 23:54
192	t	07/06/2013 23:32
193	NO	07/06/2013 23:08
194	si	07/06/2013 23:04
195	NO	07/06/2013 22:50
196	NO	07/06/2013 22:16
197	no	07/06/2013 22:12
198	No.	07/06/2013 21:55
199	NO	07/06/2013 21:46
200	no	07/06/2013 21:25
201	NO	07/06/2013 20:46
202	NO	07/06/2013 20:17
203	NO	07/06/2013 20:13
204	NO	07/06/2013 20:08

Cuestionario jugadores Diablo III

205	NO	07/06/2013 19:46
206	Sí. lejanía	07/06/2013 19:37
207	NO	07/06/2013 19:33
208	NO	07/06/2013 19:26
209	no	07/06/2013 19:17
210	NO	07/06/2013 19:13
211	NO. Es posible que en un futuro si quede con ellos, pero actualmente solo tenemos contacto en Diablo3, ni siquiera nos hemos dado el e-mail.	07/06/2013 19:10
212	no	07/06/2013 18:42
213	NO	07/06/2013 18:12
214	No	07/06/2013 18:02
215	no	07/06/2013 18:00
216	Si, son gente muy maja, pero la distancia hace casi imposible el encuentro	07/06/2013 17:31
217	NO	07/06/2013 17:31
218	no	07/06/2013 17:22
219	NO	07/06/2013 17:07
220	No	07/06/2013 16:39
221	no	07/06/2013 16:33
222	Por la distancia	07/06/2013 16:21
223	NO	07/06/2013 16:17
224	NO	07/06/2013 16:01
225	no	07/06/2013 15:57
226	No	07/06/2013 15:44
227	La distancia	07/06/2013 15:17
228	NO	07/06/2013 15:11
229	NO	07/06/2013 15:09
230	Si. Distancia y dinero	07/06/2013 14:42
231	no	07/06/2013 14:32
232	NO	07/06/2013 14:18
233	no	07/06/2013 14:12
234	NO	07/06/2013 14:02
235	NO	07/06/2013 13:43
236	no	07/06/2013 13:26
237	NO	07/06/2013 13:21
238	NO	07/06/2013 13:05
239	no	07/06/2013 13:01
240	Talvez	07/06/2013 12:54
241	NO	07/06/2013 12:49
242	Si. Distancia. Ya conoci en personaa personas del Wow	07/06/2013 12:46
243	no	07/06/2013 12:27
244	no	07/06/2013 12:16
245	no	07/06/2013 12:09
246	NO	07/06/2013 11:51
247	No	07/06/2013 11:22

Cuestionario jugadores Diablo III

248	NO.	07/06/2013 11:21
249	no	07/06/2013 11:18
250	No	07/06/2013 10:58
251	Si, porque me parecieron gente genial y por desgracia al no tener coche o ingresos no he podido visitar a ninguno en sus respectivas ciudades y viceversa.	07/06/2013 10:58
252	no	07/06/2013 10:56
253	no	07/06/2013 10:52
254	Si, siempre es interesante	07/06/2013 10:43
255	No	07/06/2013 10:42
256	No	07/06/2013 9:22
257	SI, pero somos de distintos sitios	07/06/2013 9:10
258	NO	07/06/2013 8:54
259	Si. Por distancia	07/06/2013 8:48
260	no	07/06/2013 8:41
261	no	07/06/2013 8:39
262	NO	07/06/2013 8:36
263	no	07/06/2013 8:27
264	NO	07/06/2013 8:20
265	no	07/06/2013 8:19
266	no	07/06/2013 8:19
267	NO	07/06/2013 7:26
268	No	07/06/2013 7:22
269	no	07/06/2013 6:49
270	si	07/06/2013 6:32
271	Sí, pero no vivimos en la misma localidad	07/06/2013 5:02
272	No	07/06/2013 4:42
273	si, principalmente lejanía	07/06/2013 3:46
274	no	07/06/2013 3:35
275	NO	07/06/2013 3:00
276	por que estamos en diferentes ciudades ^^	07/06/2013 2:37
277	no	07/06/2013 2:32
278	no	07/06/2013 2:08
279	NO	07/06/2013 1:33
280	no	07/06/2013 1:29
281	no	07/06/2013 1:28
282	no	07/06/2013 1:16
283	No	07/06/2013 1:04
284	No.	07/06/2013 1:02
285	no	07/06/2013 0:50
286	Con el sistema de partidas públicas es difícil congeniar con alguien	07/06/2013 0:42
287	NO	07/06/2013 0:41
288	no	07/06/2013 0:36
289	No	07/06/2013 0:34
290	NO	07/06/2013 0:30

Cuestionario jugadores Diablo III

291	Depende	07/06/2013 0:26
292	Vivir lejos	07/06/2013 0:25
293	NO	07/06/2013 0:16
294	NO	07/06/2013 0:09
295	no	07/06/2013 0:05
296	NO	07/06/2013 0:05
297	NO	07/06/2013 0:04
298	SI, pero no quede con ninguno porque ninguno era de mi ciudad	07/06/2013 0:00
299	no	06/06/2013 23:57
300	distancia y falta de dinero	06/06/2013 23:53
301	NO	06/06/2013 23:43
302	no	06/06/2013 23:43
303	no	06/06/2013 23:42
304	no	06/06/2013 23:38
305	no	06/06/2013 23:37
306	no	06/06/2013 23:34
307	No	06/06/2013 23:33
308	No	06/06/2013 23:31
309	Ya suelo quedar con amigos	06/06/2013 23:17
310	NO	06/06/2013 23:08
311	No	06/06/2013 23:08
312	NO	06/06/2013 23:06
313	viven muy lejos	06/06/2013 23:05
314	no	06/06/2013 22:59
315	no	06/06/2013 22:52
316	no	06/06/2013 22:49
317	NO	06/06/2013 22:45
318	NO	06/06/2013 22:40
319	No me importaria pero nunca hemos hablado del tema y vivimos en distintas partes de España y alejadas	06/06/2013 22:39
320	NO	06/06/2013 22:28
321	no	06/06/2013 22:26
322	No	06/06/2013 22:15
323	NO	06/06/2013 22:13
324	NO	06/06/2013 22:13
325	no	06/06/2013 22:12
326	No.	06/06/2013 22:11
327	no	06/06/2013 22:11
328	no	06/06/2013 22:10
329	NO	06/06/2013 22:07
330	la distancia	06/06/2013 22:07
331	no	06/06/2013 22:06
332	NO	06/06/2013 22:03
333	No he conocido suficientes, pero me gusta.	06/06/2013 22:02

Cuestionario jugadores Diablo III

334	NO	06/06/2013 21:58
335	NO	06/06/2013 21:58
336	Si, porque mola	06/06/2013 21:53
337	No	06/06/2013 21:49
338	NO	06/06/2013 21:46
339	NO	06/06/2013 21:45
340	NO	06/06/2013 21:43
341	No	06/06/2013 21:41
342	NO	06/06/2013 21:41
343	NO	06/06/2013 21:40
344	no	06/06/2013 21:38
345	NO	06/06/2013 21:36
346	NO	06/06/2013 21:28
347	NO	06/06/2013 21:21
348	No	06/06/2013 21:20
349	no	06/06/2013 21:17
350	No	06/06/2013 21:14
351	NO	06/06/2013 21:13
352	NO	06/06/2013 21:09
353	NO	06/06/2013 21:03
354	NO	06/06/2013 20:59
355	No	06/06/2013 20:59
356	NO	06/06/2013 20:54
357	NO	06/06/2013 20:46
358	NO	06/06/2013 20:46
359	no	06/06/2013 20:38
360	no	06/06/2013 20:15
361	No	06/06/2013 20:04
362	no	06/06/2013 19:58
363	no	06/06/2013 19:40
364	NO	06/06/2013 19:37
365	NO	06/06/2013 19:27
366	No	06/06/2013 19:14
367	no	06/06/2013 19:10
368	NO	06/06/2013 19:05
369	no	06/06/2013 18:50
370	NO	06/06/2013 18:45
371	Por vivir distantes	06/06/2013 18:43
372	no	06/06/2013 17:22
373	no	06/06/2013 17:19
374	NO	06/06/2013 17:18
375	Distancia y tiempo	06/06/2013 17:12
376	NO	06/06/2013 17:08

Cuestionario jugadores Diablo III

377	NO	06/06/2013 16:44
378	No	06/06/2013 16:40
379	No poder reunimos	06/06/2013 16:29
380	no	06/06/2013 16:08
381	NO	06/06/2013 16:03
382	NO	06/06/2013 15:57
383	NO	06/06/2013 15:53
384	Sí, pero desde Coruña es difícil. Mis amigos de Madrid si que queda nentre ellos.	06/06/2013 15:52
385	NO	06/06/2013 15:31
386	NO	06/06/2013 15:28
387	no	06/06/2013 15:17
388	No	06/06/2013 15:12
389	no	06/06/2013 15:04
390	NO	06/06/2013 15:01
391	no	06/06/2013 15:01
392	NO	06/06/2013 14:50
393	NO	06/06/2013 14:37
394	si, para criticar	06/06/2013 14:20
395	NO	06/06/2013 14:14
396	No	06/06/2013 14:11
397	no	06/06/2013 14:09
398	Si, lejania	06/06/2013 14:07
399	no	06/06/2013 13:56
400	si lejania	06/06/2013 13:41
401	SI, pero por distancia y tiempo no se ha podido	06/06/2013 13:40
402	NO	06/06/2013 13:38
403	No	06/06/2013 13:31
404	Si, pero no se puede porque están lejos de donde yo vivo	06/06/2013 13:28
405	no	06/06/2013 13:24
406	no	06/06/2013 13:23
407	No.	06/06/2013 13:23
408	NO	06/06/2013 12:59
409	Vivimos muy lejos	06/06/2013 12:56
410	NO	06/06/2013 12:53
411	NO	06/06/2013 12:46
412	NO	06/06/2013 12:41
413	NO	06/06/2013 12:23
414	NO	06/06/2013 11:50
415	no	06/06/2013 11:34
416	NO	06/06/2013 10:50
417	No he tenido la necesidad	06/06/2013 10:44
418	Me hubiese gustado pero digamos que hay un océano de por medio.	06/06/2013 10:42
419	NO	06/06/2013 10:33

Cuestionario jugadores Diablo III

420	NO	06/06/2013 10:24
421	No	06/06/2013 10:24
422	no	06/06/2013 10:21
423	No tendría problema en quedar a tomar algo. Quizá no se ha dado el caso ya que la amistad que se tiene normalmente en estos juegos se queda ahí.	06/06/2013 10:21
424	no	06/06/2013 10:04
425	Porque vivimos geograficamente bastante lejos, pero ya hemos hablado de vemos alguna vez cuando podamos	06/06/2013 9:59
426	Por distancia.	06/06/2013 9:51
427	No	06/06/2013 9:43
428	Por su lejanía de residencia	06/06/2013 9:42
429	Si, residen en otras provincias.	06/06/2013 9:34
430	Con un par, tenemos pendiente tomar algo.	06/06/2013 9:06
431	no	06/06/2013 8:37
432	Si vivieran mas cerca, quizás si.	06/06/2013 8:24
433	NO	06/06/2013 7:55
434	Demasiado lejos	06/06/2013 7:42
435	pregunta mal formulada, ya que sino he conocido a nadie en el juego no puedo quedar con nadie	06/06/2013 7:37
436	NO	06/06/2013 7:35
437	no	06/06/2013 6:20
438	no	06/06/2013 4:32
439	NO	06/06/2013 2:45
440	NO	06/06/2013 2:35
441	En el Diablo III no he hecho ninguna amistad pero en el World of Warcraft si y he quedado con todos los amigos que hice ahí	06/06/2013 2:26
442	NO	06/06/2013 2:21
443	NO	06/06/2013 2:09
444	NO	06/06/2013 1:54
445	no	06/06/2013 1:48
446	Lejanía	06/06/2013 1:47
447	no	06/06/2013 1:47
448	No lo se pienso que es un juego pero tal vez pueda crear una amistad fuerte y vemos algún día	06/06/2013 1:46
449	no	06/06/2013 1:43
450	NO	06/06/2013 1:36
451	No	06/06/2013 1:32
452	NO	06/06/2013 1:32
453	si, no se dio el caso	06/06/2013 1:29
454	NO porque no soy muy sociable.	06/06/2013 1:28
455	NO	06/06/2013 1:24
456	no	06/06/2013 1:10
457	No	06/06/2013 0:57
458	NO. Apenas llevo tiempo conociendolos	06/06/2013 0:44
459	no	06/06/2013 0:25
460	No	06/06/2013 0:24
461	NO	06/06/2013 0:22

Cuestionario jugadores Diablo III

462	no	06/06/2013 0:21
463	No	06/06/2013 0:17
464	NO	06/06/2013 0:08
465	NO	06/06/2013 0:06
466	NO	06/06/2013 0:04
467	no	05/06/2013 23:54
468	Vivimos demasiado lejos unos de otros	05/06/2013 23:50
469	NO	05/06/2013 23:48
470	No	05/06/2013 23:48
471	NO	05/06/2013 23:46
472	No	05/06/2013 23:30
473	no	05/06/2013 23:27
474	NO	05/06/2013 23:23
475	NO	05/06/2013 23:16
476	No conocí más gente de la que conocía antes	05/06/2013 23:12
477	No	05/06/2013 23:12
478	no	05/06/2013 23:07
479	No	05/06/2013 22:51
480	no	05/06/2013 22:49
481	NO	05/06/2013 22:49
482	distancia	05/06/2013 22:45
483	No	05/06/2013 22:43
484	no	05/06/2013 22:38
485	no	05/06/2013 22:35
486	no	05/06/2013 22:29
487	NO	05/06/2013 22:27
488	NO	05/06/2013 22:27
489	NO	05/06/2013 22:26
490	NO	05/06/2013 22:26
491	No	05/06/2013 22:19
492	NO	05/06/2013 22:17
493	NO	05/06/2013 22:14
494	No	05/06/2013 22:11
495	NO	05/06/2013 22:09
496	si, largas distancias	05/06/2013 21:53
497	Por motivo de distancias, diferentes ciudades, etc.	05/06/2013 21:50
498	no	05/06/2013 21:46
499	Distancia y dinero	05/06/2013 21:46
500	NO	05/06/2013 21:41
501	no	05/06/2013 21:40
502	NO	05/06/2013 21:35
503	No	05/06/2013 21:33
504	NO	05/06/2013 21:32

Cuestionario jugadores Diablo III

505	No	05/06/2013 21:27
506	NO	05/06/2013 21:20
507	el juego es el juego y la vida real es la vida real	05/06/2013 21:18
508	No.	05/06/2013 21:17
509	NO	05/06/2013 21:14
510	no	05/06/2013 21:13
511	siempre es bueno conocer a gente	05/06/2013 21:11
512	No	05/06/2013 21:08
513	Si, ha salido bien :D	05/06/2013 21:08
514	Viven en otro pais	05/06/2013 20:57
515	No	05/06/2013 20:52
516	viven en el extranjero o demasiado lejos	05/06/2013 20:46
517	Diferentes lugares. (Lejanos)	05/06/2013 20:41
518	NO	05/06/2013 20:41
519	Si, pero entre el trabajo y los estudios estoy atado a no pasar mucho tiempo fuera de casa	05/06/2013 20:38
520	NO	05/06/2013 20:36
521	No	05/06/2013 20:35
522	no	05/06/2013 20:32
523	NO	05/06/2013 20:17
524	no	05/06/2013 20:16
525	soy de canarias,ellos de la peninsula.	05/06/2013 20:12
526	No	05/06/2013 20:10
527	NO	05/06/2013 20:09
528	no	05/06/2013 19:58
529	NO	05/06/2013 19:58
530	No	05/06/2013 19:50
531	Si, pero viven lejos, en otra comunidad.	05/06/2013 19:49
532	NO	05/06/2013 19:41
533	no	05/06/2013 19:40
534	no	05/06/2013 19:33
535	si, por distancia	05/06/2013 19:27
536	no	05/06/2013 19:27
537	Solo conoci uno y la verdad que dejo de jugar y le perdi la pista, pero me hubiera gustado conocerlo en persona se le veia bastante majo el chaval	05/06/2013 19:16
538	NO	05/06/2013 19:15
539	NO	05/06/2013 19:00
540	NO	05/06/2013 18:59
541	no	05/06/2013 18:44
542	NO	05/06/2013 18:43
543	Distancia y poco tiempo libre.	05/06/2013 18:43
544	NO	05/06/2013 18:37
545	NO	05/06/2013 18:30
546	no	05/06/2013 18:29
547	NO	05/06/2013 18:29

Cuestionario jugadores Diablo III

548	Lugar de residencia muy alejado	05/06/2013 18:28
549	NO	05/06/2013 18:27
550	viven en madrid	05/06/2013 18:25
551	NO	05/06/2013 18:24
552	NO	05/06/2013 18:18
553	no	05/06/2013 18:18
554	NO	05/06/2013 18:10
555	no	05/06/2013 18:06
556	NO	05/06/2013 18:06
557	No	05/06/2013 18:05
558	NO	05/06/2013 18:04
559	Países diferentes	05/06/2013 17:59
560	No	05/06/2013 17:58
561	indiferente	05/06/2013 17:51
562	NO	05/06/2013 17:48
563	NO	05/06/2013 17:48
564	no	05/06/2013 17:46
565	NO	05/06/2013 17:44
566	NO	05/06/2013 17:44
567	no	05/06/2013 17:43
568	No.	05/06/2013 17:43
569	no	05/06/2013 17:42
570	NO.	05/06/2013 17:41
571	NO	05/06/2013 17:40
572	Pues gente sin posibilidad de desplazarse, hay conocidos sin posibilidad de desplazarse por españa, solo he quedado con la gente de mas edad.	05/06/2013 17:40
573	NO	05/06/2013 17:35
574	NO	05/06/2013 17:31
575	No	05/06/2013 17:30
576	no	05/06/2013 17:30
577	si, otros paises	05/06/2013 17:30
578	no	05/06/2013 17:28
579	No	05/06/2013 17:27
580	NO	05/06/2013 17:27
581	No	05/06/2013 17:23
582	NO	05/06/2013 17:23
583	no	05/06/2013 17:20
584	NO	05/06/2013 16:54
585	Distancia	05/06/2013 16:54
586	No lo creo, nunca me lo he planteado	05/06/2013 16:51
587	NO	05/06/2013 16:51
588	Distancia	05/06/2013 16:50
589	disponibilidad de viajar	05/06/2013 16:49
590	NO	05/06/2013 16:48

Cuestionario jugadores Diablo III

591	no, ya les veo casi todos los dias	05/06/2013 16:47
592	NO	05/06/2013 16:47
593	NO!	05/06/2013 16:46
594	NO	05/06/2013 16:46
595	No	05/06/2013 16:43
596	No	05/06/2013 16:40
597	No	05/06/2013 16:39
598	NO	05/06/2013 16:33
599	NO	05/06/2013 16:31
600	NO	05/06/2013 16:31
601	no	05/06/2013 16:28
602	NO	05/06/2013 16:28
603	NO	05/06/2013 16:28
604	no	05/06/2013 16:28
605	NO	05/06/2013 16:25
606	si pero todos estan fuera de mi provincia	05/06/2013 16:22
607	NO	05/06/2013 16:22
608	NO	05/06/2013 16:17
609	no	05/06/2013 16:17
610	NO.	05/06/2013 16:16
611	curiosidad por verse	05/06/2013 16:12
612	NO	05/06/2013 16:12
613	si pero estan a mas de 1000 kilometros ellos en malaga y yo en asturias ta complicao xd	05/06/2013 16:08
614	NO	05/06/2013 16:08
615	NO	05/06/2013 16:07
616	NO	05/06/2013 16:07
617	NO	05/06/2013 16:00
618	No	05/06/2013 16:00
619	no	05/06/2013 16:00
620	NO	05/06/2013 15:59
621	NO	05/06/2013 15:58
622	no	05/06/2013 15:53
623	Nos hubiera encantado a todos, pero la distancia y el dinero que conlleva son el mayor impedimento.	05/06/2013 15:51
624	NO	05/06/2013 15:50
625	No.	05/06/2013 15:49
626	con algunos	05/06/2013 15:49
627	Por qué no. Si surge, unas cañas. Pero son de otra ciudad, y es difícil.	05/06/2013 15:48
628	NO	05/06/2013 15:48
629	NO	05/06/2013 15:48
630	No	05/06/2013 15:47
631	NO	05/06/2013 15:46
632	NO	05/06/2013 15:44
633	NO	05/06/2013 15:44

Cuestionario jugadores Diablo III

634	NO	05/06/2013 15:44
635	NO	05/06/2013 15:40
636	no	05/06/2013 15:40
637	No	05/06/2013 15:37
638	No	05/06/2013 15:37
639	NO	05/06/2013 15:33
640	NO	05/06/2013 15:28
641	NO	05/06/2013 15:27
642	Yo vivo en una Isla, y ellos en la península	05/06/2013 15:27
643	no	05/06/2013 15:24
644	no	05/06/2013 15:21
645	no	05/06/2013 15:19
646	si, problema de kilometros jejeje	05/06/2013 15:17
647	no	05/06/2013 15:16
648	Si. Chat mediocre y casa de subastas	05/06/2013 15:13
649	Si, pero no vivimos cerca	05/06/2013 15:11
650	Viabilidad de los encuentros	05/06/2013 15:08
651	no	05/06/2013 15:07
652	NO	05/06/2013 15:05
653	No	05/06/2013 15:00
654	NO	05/06/2013 14:45
655	Cada cual tiene su vida. En diablo 3 se crea un vínculo unido al propio juego. Fuera de ese entorno, bajo otras circunstancias que pudieran darse en la vida real, no podría saber si dichas personas serían mis amigos.	05/06/2013 14:42
656	NO	05/06/2013 14:41
657	Porque somos de diferentes lugares.	05/06/2013 14:31
658	no	05/06/2013 14:18
659	NO	05/06/2013 14:16
660	NO	05/06/2013 14:15
661	no	05/06/2013 14:12
662	NO	05/06/2013 14:09
663	NO	05/06/2013 14:06
664	NO	05/06/2013 14:04
665	NO.	05/06/2013 14:01
666	NO	05/06/2013 14:01
667	NO	05/06/2013 14:01
668	Excesiva distancia.	05/06/2013 13:58
669	No	05/06/2013 13:56
670	NO	05/06/2013 13:51
671	NO	05/06/2013 13:48
672	no	05/06/2013 13:47
673	no	05/06/2013 13:47
674	NO	05/06/2013 13:44
675	NO	05/06/2013 13:44

Cuestionario jugadores Diablo III

676	No	05/06/2013 13:42
677	NO	05/06/2013 13:36
678	no	05/06/2013 13:36
679	no	05/06/2013 13:36
680	NO	05/06/2013 13:35
681	no	05/06/2013 13:34
682	No.	05/06/2013 13:34
683	NO	05/06/2013 13:31
684	NO	05/06/2013 13:29
685	NO	05/06/2013 13:28
686	NO	05/06/2013 13:27
687	No	05/06/2013 13:26
688	NO	05/06/2013 13:22
689	No	05/06/2013 13:18
690	no	05/06/2013 13:16
691	no	05/06/2013 13:16
692	NO	05/06/2013 13:13
693	Cada uno vive muy lejos...	05/06/2013 13:13
694	NO	05/06/2013 13:10
695	NO	05/06/2013 13:10
696	NO	05/06/2013 13:08
697	NO	05/06/2013 13:08
698	NO	05/06/2013 13:05
699	NO	05/06/2013 13:05
700	NO	05/06/2013 13:04
701	NO	05/06/2013 13:02
702	NO	05/06/2013 13:01
703	no	05/06/2013 12:59
704	No	05/06/2013 12:57
705	NO	05/06/2013 12:56
706	No	05/06/2013 12:52
707	Si. Generalmente porque son extranjeros. Me manejo bien en ingles, español y chino.	05/06/2013 12:50
708	NO	05/06/2013 12:49
709	no	05/06/2013 12:46
710	Si, por razones de distancia entre nosotros.	05/06/2013 12:44
711	NO	05/06/2013 12:36
712	NO	05/06/2013 12:25
713	:/ si que he podido	05/06/2013 12:17
714	Si, algunos vivían o eran de mi zona geográfica	05/06/2013 12:17
715	no	05/06/2013 12:15
716	No	05/06/2013 12:14
717	NO	05/06/2013 12:09
718	NO	05/06/2013 12:07

Cuestionario jugadores Diablo III

719	no	05/06/2013 12:03
720	Distancia de un lugar a otro	05/06/2013 12:02
721	no	05/06/2013 12:02
722	Ha sido afirmativo, pero no en Diablo III, sino en el wow. El diablo III, por su dinámica, vuelve mucho más difícil el establecimiento de un diálogo.	05/06/2013 11:50
723	NO	05/06/2013 11:49
724	Sí, pero estamos geográficamente muy distantes. Aunque estamos tratando de organizar alguna cosilla para vermos :-)	05/06/2013 11:49
725	NO	05/06/2013 11:48
726	Distancia.	05/06/2013 11:47
727	por la distancia	05/06/2013 11:38
728	no	05/06/2013 11:34
729	Desde luego, pero por temas de dinero y sobretodo de distancia no ha podido ser de momento.	05/06/2013 11:29
730	Sí. La razón principal es la falta de movilidad	05/06/2013 11:23
731	no	05/06/2013 11:21
732	no	05/06/2013 11:17
733	no	05/06/2013 11:13
734	no	05/06/2013 11:11
735	Por cuadrar fechas y dificultades económicas.	05/06/2013 11:10
736	NO	05/06/2013 11:10
737	NO	05/06/2013 11:09
738	no	05/06/2013 11:04
739	no	05/06/2013 10:59
740	Trabajo y familia	05/06/2013 10:58
741	NO	05/06/2013 10:44
742	Falta de confianza, distancia.	05/06/2013 10:42
743	NO	05/06/2013 10:41
744	NO	05/06/2013 10:32
745	Siendo gente que conoci en el modo multijugador, son jugadores de fuera de España, así que lo tenemos difícil...	05/06/2013 10:30
746	no	05/06/2013 10:29
747	NO	05/06/2013 10:25
748	No	05/06/2013 10:22
749	NO	05/06/2013 10:16
750	No.	05/06/2013 10:09
751	No conozco a nadie que juegue.	05/06/2013 10:09
752	No	05/06/2013 10:06
753	NO	05/06/2013 9:55
754	no	05/06/2013 9:51
755	NO	05/06/2013 9:48
756	NO	05/06/2013 9:45
757	No	05/06/2013 9:33
758	No	05/06/2013 9:32
759	NO	05/06/2013 9:28
760	NO	05/06/2013 9:23

Cuestionario jugadores Diablo III

761	no	05/06/2013 9:13
762	es complicado viajar	05/06/2013 9:08
763	NO	05/06/2013 8:51
764	NO	05/06/2013 8:49
765	No	05/06/2013 8:39
766	no	05/06/2013 8:32
767	no	05/06/2013 8:06
768	No	05/06/2013 8:02
769	NO	05/06/2013 7:50
770	NO.	05/06/2013 7:45
771	NO, esto sigue siendo un juego y del cual no entro para buscar amigos	05/06/2013 6:29
772	no	05/06/2013 5:39
773	No	05/06/2013 5:06
774	no	05/06/2013 4:42
775	no	05/06/2013 4:33
776	no	05/06/2013 3:54
777	No he quedado con la gente que he conocido En diablo 3 porque: o no los conozco lo suficiente como para interesarme, o no son españoles, o son intuitivamente pertenecientes a grupos sociales diferentes al mio, bien por edad o por preferencias e inquietudes ajenas al juego	05/06/2013 3:22
778	NO	05/06/2013 3:16
779	NO	05/06/2013 3:12
780	Siempre me hubiera gustado pero nunca lo he hecho por varios motivos: vivimos en sitios lejanos, éramos demasiado pequeños (eso más bien hace años), vergüenza...	05/06/2013 2:31
781	NO	05/06/2013 2:28
782	NO	05/06/2013 2:22
783	0	05/06/2013 2:13
784	Tiempo	05/06/2013 2:07
785	No	05/06/2013 2:00
786	Actualmente si he conocido gente en el juego, aunque no como para ser amigos.	05/06/2013 1:51
787	No	05/06/2013 1:46
788	No	05/06/2013 1:31
789	No	05/06/2013 1:24
790	Eran previos al juego	05/06/2013 1:23
791	no	05/06/2013 1:13
792	no	05/06/2013 1:06
793	No	05/06/2013 0:39
794	Sí, pero yo soy de un pueblo del sur de Madrid y mi amiga vive en Tarragona	05/06/2013 0:31
795	No	05/06/2013 0:23
796	NO	05/06/2013 0:23
797	NO	05/06/2013 0:21
798	NO.	05/06/2013 0:19
799	No	05/06/2013 0:18
800	no	05/06/2013 0:07
801	NO	04/06/2013 23:52
802	NO	04/06/2013 23:51

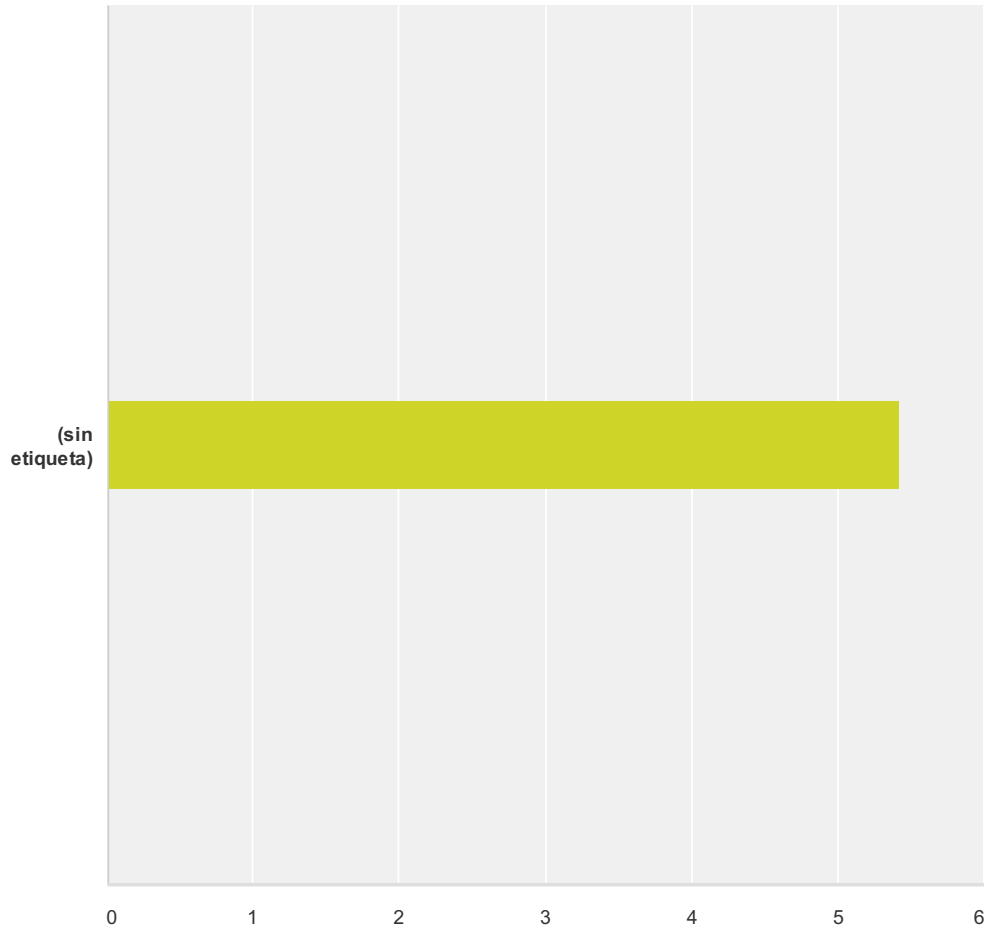
Cuestionario jugadores Diablo III

803	si	04/06/2013 23:46
804	No	04/06/2013 23:46
805	No	04/06/2013 23:45
806	NJOL	04/06/2013 17:43
807	No	01/06/2013 23:02

Cuestionario jugadores Diablo III

Q31 Valora de 1 a 10 las innovaciones (parches) incluidos por Blizzard desde que juegas a Diablo III, siendo 1 mínima puntuación y 10 máxima puntuación.

Respondido: 786 Omitido: 163

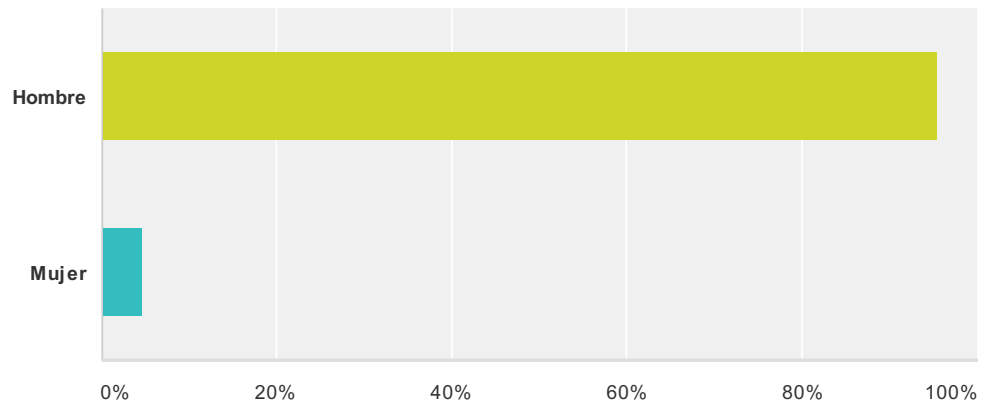


	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total	Clasificación promedio
(sin etiqueta)	5,60% 44	8,78% 69	9,54% 75	11,07% 87	12,60% 99	14,38% 113	18,19% 143	12,85% 101	3,18% 25	3,82% 30	786	5,42

Cuestionario jugadores Diablo III

Q32 Sexo

Respondido: 761 Omitido: 188



Opciones de respuesta	Respuestas
Hombre	95,27% 725
Mujer	4,73% 36
Total	761

Cuestionario jugadores Diablo III

Q33 Edad

Respondido: 766 Omitido: 183

n.º	Respuestas	Fecha
1	25	17/11/2013 22:02
2	24	14/11/2013 14:40
3	22	02/10/2013 19:04
4	15	12/09/2013 23:38
5	17	10/09/2013 14:30
6	39	03/09/2013 15:34
7	22	02/09/2013 23:42
8	21	30/08/2013 18:55
9	20	29/08/2013 3:16
10	18	27/08/2013 8:04
11	25	16/08/2013 20:04
12	22	10/08/2013 1:02
13	33	28/07/2013 14:51
14	33	19/07/2013 15:33
15	27	15/07/2013 21:11
16	38	13/07/2013 9:32
17	27	04/07/2013 16:11
18	25	26/06/2013 20:01
19	21	26/06/2013 12:13
20	21	24/06/2013 11:46
21	28	22/06/2013 10:52
22	17	21/06/2013 23:25
23	32	21/06/2013 16:12
24	27	18/06/2013 21:59
25	18	16/06/2013 13:13
26	35	16/06/2013 5:40
27	35	15/06/2013 23:18
28	24	15/06/2013 17:04
29	33	15/06/2013 14:15
30	20	15/06/2013 13:19
31	25	15/06/2013 7:31
32	30	14/06/2013 12:50
33	33	13/06/2013 11:57
34	25	13/06/2013 9:03
35	23	12/06/2013 23:07
36	35	12/06/2013 22:08
37	23	12/06/2013 13:26
38	26	12/06/2013 12:09

Cuestionario jugadores Diablo III

39	32	12/06/2013 10:55
40	23	11/06/2013 23:01
41	20	11/06/2013 18:29
42	25	11/06/2013 16:31
43	26	11/06/2013 16:29
44	21	11/06/2013 15:14
45	36	11/06/2013 11:52
46	34	11/06/2013 11:20
47	24 años	11/06/2013 10:03
48	25	11/06/2013 9:56
49	30	11/06/2013 5:16
50	surveymonkey	11/06/2013 1:53
51	28	11/06/2013 1:29
52	30	11/06/2013 0:19
53	22	10/06/2013 21:23
54	26	10/06/2013 21:13
55	25	10/06/2013 20:28
56	28	10/06/2013 16:40
57	32	10/06/2013 15:43
58	26	10/06/2013 15:13
59	24	10/06/2013 15:12
60	29	10/06/2013 14:30
61	29	10/06/2013 13:18
62	6512	10/06/2013 12:43
63	27	10/06/2013 9:34
64	34	10/06/2013 8:59
65	31	10/06/2013 7:08
66	26	10/06/2013 3:52
67	25	10/06/2013 1:32
68	29	09/06/2013 22:03
69	30	09/06/2013 20:49
70	26	09/06/2013 20:27
71	28	09/06/2013 19:39
72	34	09/06/2013 19:36
73	22	09/06/2013 19:08
74	33	09/06/2013 18:53
75	19	09/06/2013 18:49
76	25	09/06/2013 18:28
77	23	09/06/2013 18:04
78	21	09/06/2013 17:43
79	25	09/06/2013 17:33
80	17	09/06/2013 17:05
81	22	09/06/2013 16:47

Cuestionario jugadores Diablo III

82	25	09/06/2013 16:47
83	24	09/06/2013 16:36
84	26	09/06/2013 16:25
85	25	09/06/2013 15:37
86	28	09/06/2013 15:20
87	21	09/06/2013 15:10
88	17	09/06/2013 15:08
89	26	09/06/2013 15:06
90	23	09/06/2013 14:49
91	22	09/06/2013 14:00
92	32	09/06/2013 13:49
93	21	09/06/2013 13:17
94	28	09/06/2013 12:56
95	31	09/06/2013 12:24
96	30	09/06/2013 12:09
97	25	09/06/2013 11:52
98	30	09/06/2013 11:50
99	22	09/06/2013 11:07
100	28	09/06/2013 10:45
101	21	09/06/2013 10:06
102	43	09/06/2013 9:56
103	20	09/06/2013 5:37
104	34	09/06/2013 4:30
105	30	09/06/2013 3:19
106	23	09/06/2013 2:42
107	22	09/06/2013 1:48
108	22	09/06/2013 0:46
109	26	09/06/2013 0:24
110	23	08/06/2013 23:52
111	27	08/06/2013 23:47
112	22	08/06/2013 23:00
113	35	08/06/2013 22:42
114	27	08/06/2013 21:59
115	25	08/06/2013 21:58
116	23	08/06/2013 21:48
117	24	08/06/2013 21:44
118	41	08/06/2013 21:33
119	23	08/06/2013 20:46
120	23	08/06/2013 19:57
121	24	08/06/2013 19:53
122	24	08/06/2013 19:02
123	20	08/06/2013 18:47
124	33	08/06/2013 18:45

Cuestionario jugadores Diablo III

125	23	08/06/2013 18:38
126	34	08/06/2013 18:36
127	24	08/06/2013 18:23
128	24	08/06/2013 18:03
129	33	08/06/2013 17:35
130	37	08/06/2013 17:08
131	35	08/06/2013 16:12
132	34	08/06/2013 15:24
133	35	08/06/2013 15:22
134	23	08/06/2013 14:36
135	23	08/06/2013 14:35
136	26	08/06/2013 14:33
137	20	08/06/2013 14:32
138	29	08/06/2013 14:30
139	35	08/06/2013 14:15
140	25	08/06/2013 14:09
141	26	08/06/2013 14:07
142	33	08/06/2013 13:33
143	24	08/06/2013 13:33
144	22	08/06/2013 13:26
145	37	08/06/2013 12:44
146	29	08/06/2013 11:38
147	33	08/06/2013 11:36
148	22	08/06/2013 11:26
149	35	08/06/2013 11:07
150	23	08/06/2013 11:00
151	25	08/06/2013 10:40
152	20	08/06/2013 10:21
153	29	08/06/2013 10:20
154	27	08/06/2013 9:04
155	29	08/06/2013 8:55
156	32	08/06/2013 5:44
157	37	08/06/2013 5:39
158	19	08/06/2013 5:26
159	17	08/06/2013 4:37
160	35	08/06/2013 4:36
161	22	08/06/2013 4:06
162	28	08/06/2013 3:57
163	23	08/06/2013 3:31
164	20	08/06/2013 3:17
165	27	08/06/2013 3:13
166	27	08/06/2013 2:25
167	40	08/06/2013 2:21

Cuestionario jugadores Diablo III

168	20	08/06/2013 0:46
169	24	08/06/2013 0:25
170	39	08/06/2013 0:11
171	28	08/06/2013 0:01
172	18	07/06/2013 23:10
173	19	07/06/2013 23:05
174	31	07/06/2013 22:14
175	18	07/06/2013 21:58
176	37	07/06/2013 21:49
177	30	07/06/2013 21:27
178	16	07/06/2013 20:48
179	20	07/06/2013 20:20
180	29	07/06/2013 20:15
181	21	07/06/2013 20:09
182	15 años	07/06/2013 19:50
183	28	07/06/2013 19:41
184	29	07/06/2013 19:36
185	32	07/06/2013 19:29
186	29	07/06/2013 19:19
187	43	07/06/2013 19:14
188	24	07/06/2013 19:14
189	25	07/06/2013 18:43
190	22	07/06/2013 18:14
191	26	07/06/2013 18:08
192	19	07/06/2013 18:02
193	20	07/06/2013 17:34
194	21	07/06/2013 17:32
195	18	07/06/2013 17:24
196	25	07/06/2013 17:09
197	23	07/06/2013 16:41
198	24	07/06/2013 16:22
199	23	07/06/2013 16:21
200	28	07/06/2013 16:03
201	24	07/06/2013 15:59
202	24	07/06/2013 15:47
203	31	07/06/2013 15:19
204	23	07/06/2013 15:15
205	21	07/06/2013 15:11
206	19	07/06/2013 14:43
207	34	07/06/2013 14:36
208	24	07/06/2013 14:20
209	28	07/06/2013 14:13
210	31	07/06/2013 14:04

Cuestionario jugadores Diablo III

211	26	07/06/2013 13:45
212	30	07/06/2013 13:29
213	33	07/06/2013 13:25
214	24	07/06/2013 13:08
215	30	07/06/2013 12:56
216	31	07/06/2013 12:50
217	29	07/06/2013 12:48
218	39	07/06/2013 12:30
219	32	07/06/2013 12:10
220	19	07/06/2013 11:53
221	34	07/06/2013 11:25
222	27	07/06/2013 11:22
223	40	07/06/2013 11:21
224	19	07/06/2013 11:02
225	34	07/06/2013 11:00
226	36	07/06/2013 10:55
227	28	07/06/2013 10:46
228	23	07/06/2013 10:44
229	26	07/06/2013 9:36
230	32	07/06/2013 9:11
231	27	07/06/2013 8:56
232	34	07/06/2013 8:51
233	22	07/06/2013 8:48
234	29	07/06/2013 8:41
235	23	07/06/2013 8:38
236	28	07/06/2013 8:29
237	34	07/06/2013 8:23
238	32	07/06/2013 8:21
239	25	07/06/2013 8:20
240	36	07/06/2013 7:28
241	30	07/06/2013 6:52
242	33	07/06/2013 6:34
243	26	07/06/2013 5:03
244	25	07/06/2013 4:44
245	29	07/06/2013 3:48
246	24	07/06/2013 3:36
247	38	07/06/2013 3:03
248	19	07/06/2013 2:40
249	26	07/06/2013 2:35
250	36	07/06/2013 2:10
251	28	07/06/2013 1:34
252	19	07/06/2013 1:31
253	34	07/06/2013 1:30

Cuestionario jugadores Diablo III

254	29	07/06/2013 1:25
255	31	07/06/2013 1:08
256	23	07/06/2013 1:04
257	26	07/06/2013 0:53
258	20	07/06/2013 0:44
259	22	07/06/2013 0:43
260	22	07/06/2013 0:38
261	31	07/06/2013 0:36
262	26	07/06/2013 0:32
263	27	07/06/2013 0:29
264	27	07/06/2013 0:19
265	28	07/06/2013 0:11
266	24	07/06/2013 0:08
267	24	07/06/2013 0:07
268	28	07/06/2013 0:06
269	23	07/06/2013 0:04
270	31 años	06/06/2013 23:55
271	30	06/06/2013 23:49
272	34	06/06/2013 23:45
273	42	06/06/2013 23:43
274	21	06/06/2013 23:40
275	30	06/06/2013 23:37
276	25	06/06/2013 23:35
277	30	06/06/2013 23:33
278	23	06/06/2013 23:19
279	25	06/06/2013 23:12
280	30	06/06/2013 23:11
281	33	06/06/2013 23:11
282	30	06/06/2013 23:09
283	26	06/06/2013 22:57
284	29	06/06/2013 22:54
285	25	06/06/2013 22:51
286	34	06/06/2013 22:50
287	26	06/06/2013 22:46
288	39	06/06/2013 22:36
289	26	06/06/2013 22:29
290	22	06/06/2013 22:18
291	33	06/06/2013 22:16
292	16	06/06/2013 22:15
293	27	06/06/2013 22:13
294	26	06/06/2013 22:12
295	30	06/06/2013 22:12
296	32	06/06/2013 22:11

Cuestionario jugadores Diablo III

297	23	06/06/2013 22:10
298	24	06/06/2013 22:09
299	32	06/06/2013 22:07
300	30	06/06/2013 22:05
301	20	06/06/2013 22:03
302	20	06/06/2013 22:03
303	22	06/06/2013 22:03
304	26	06/06/2013 21:54
305	38	06/06/2013 21:51
306	27	06/06/2013 21:50
307	27	06/06/2013 21:47
308	29	06/06/2013 21:45
309	31	06/06/2013 21:43
310	23	06/06/2013 21:43
311	33	06/06/2013 21:42
312	32	06/06/2013 21:40
313	35	06/06/2013 21:37
314	17	06/06/2013 21:30
315	26	06/06/2013 21:23
316	25	06/06/2013 21:23
317	28	06/06/2013 21:18
318	23	06/06/2013 21:16
319	32	06/06/2013 21:15
320	30	06/06/2013 21:11
321	21	06/06/2013 21:05
322	21	06/06/2013 21:02
323	19	06/06/2013 21:01
324	23	06/06/2013 20:56
325	21	06/06/2013 20:52
326	24	06/06/2013 20:48
327	40	06/06/2013 20:40
328	30	06/06/2013 20:16
329	24	06/06/2013 20:06
330	40	06/06/2013 20:01
331	25	06/06/2013 19:44
332	20	06/06/2013 19:39
333	23	06/06/2013 19:30
334	30	06/06/2013 19:16
335	18	06/06/2013 19:12
336	24	06/06/2013 19:07
337	28	06/06/2013 18:53
338	32	06/06/2013 18:47
339	46	06/06/2013 18:45

Cuestionario jugadores Diablo III

340	20	06/06/2013 17:23
341	40	06/06/2013 17:21
342	19	06/06/2013 17:20
343	27	06/06/2013 17:14
344	19	06/06/2013 17:13
345	19	06/06/2013 16:47
346	19	06/06/2013 16:42
347	25	06/06/2013 16:31
348	25	06/06/2013 16:09
349	18	06/06/2013 16:05
350	33	06/06/2013 15:59
351	33	06/06/2013 15:54
352	27	06/06/2013 15:53
353	27	06/06/2013 15:34
354	22	06/06/2013 15:31
355	38	06/06/2013 15:19
356	31	06/06/2013 15:14
357	28	06/06/2013 15:07
358	25	06/06/2013 15:04
359	27	06/06/2013 15:03
360	38	06/06/2013 14:53
361	38	06/06/2013 14:39
362	28	06/06/2013 14:21
363	27	06/06/2013 14:15
364	16	06/06/2013 14:15
365	26	06/06/2013 14:11
366	32	06/06/2013 14:09
367	41	06/06/2013 13:58
368	28	06/06/2013 13:44
369	22	06/06/2013 13:39
370	27	06/06/2013 13:32
371	24	06/06/2013 13:31
372	19	06/06/2013 13:26
373	25	06/06/2013 13:26
374	28	06/06/2013 13:25
375	23	06/06/2013 13:01
376	25	06/06/2013 12:58
377	27	06/06/2013 12:56
378	42	06/06/2013 12:49
379	29	06/06/2013 12:42
380	18	06/06/2013 12:26
381	26	06/06/2013 11:52
382	32	06/06/2013 11:36

Cuestionario jugadores Diablo III

383	29	06/06/2013 10:52
384	30	06/06/2013 10:46
385	18	06/06/2013 10:43
386	36	06/06/2013 10:39
387	33	06/06/2013 10:35
388	18	06/06/2013 10:28
389	32	06/06/2013 10:25
390	40	06/06/2013 10:25
391	23	06/06/2013 10:05
392	27	06/06/2013 10:03
393	31	06/06/2013 9:55
394	33	06/06/2013 9:45
395	28	06/06/2013 9:44
396	22	06/06/2013 9:35
397	31	06/06/2013 9:11
398	49	06/06/2013 8:42
399	36	06/06/2013 8:26
400	22	06/06/2013 7:56
401	24	06/06/2013 7:44
402	26	06/06/2013 7:39
403	27	06/06/2013 7:38
404	30	06/06/2013 6:21
405	31	06/06/2013 4:34
406	23	06/06/2013 2:48
407	21	06/06/2013 2:37
408	24	06/06/2013 2:30
409	28	06/06/2013 2:24
410	19	06/06/2013 2:11
411	26	06/06/2013 1:57
412	28	06/06/2013 1:56
413	38	06/06/2013 1:51
414	18	06/06/2013 1:51
415	16	06/06/2013 1:50
416	23	06/06/2013 1:43
417	50	06/06/2013 1:38
418	48	06/06/2013 1:34
419	31	06/06/2013 1:34
420	34	06/06/2013 1:31
421	35	06/06/2013 1:31
422	28	06/06/2013 1:26
423	24	06/06/2013 1:12
424	27	06/06/2013 0:59
425	20	06/06/2013 0:48

Cuestionario jugadores Diablo III

426	24	06/06/2013 0:36
427	24	06/06/2013 0:26
428	36	06/06/2013 0:25
429	19	06/06/2013 0:24
430	25	06/06/2013 0:19
431	29	06/06/2013 0:10
432	24	06/06/2013 0:08
433	25	06/06/2013 0:07
434	28	05/06/2013 23:56
435	21	05/06/2013 23:51
436	25	05/06/2013 23:50
437	20	05/06/2013 23:50
438	26	05/06/2013 23:48
439	23	05/06/2013 23:34
440	32	05/06/2013 23:28
441	32	05/06/2013 23:25
442	25	05/06/2013 23:17
443	22	05/06/2013 23:14
444	23	05/06/2013 23:10
445	29	05/06/2013 22:53
446	21	05/06/2013 22:52
447	26	05/06/2013 22:51
448	23	05/06/2013 22:51
449	22	05/06/2013 22:45
450	18	05/06/2013 22:42
451	28	05/06/2013 22:37
452	22	05/06/2013 22:32
453	33	05/06/2013 22:31
454	23	05/06/2013 22:29
455	22	05/06/2013 22:29
456	21	05/06/2013 22:28
457	28	05/06/2013 22:22
458	19	05/06/2013 22:20
459	31	05/06/2013 22:16
460	24	05/06/2013 22:13
461	20	05/06/2013 22:12
462	24	05/06/2013 21:58
463	27	05/06/2013 21:53
464	26	05/06/2013 21:53
465	23	05/06/2013 21:51
466	28	05/06/2013 21:47
467	21	05/06/2013 21:42
468	17	05/06/2013 21:42

Cuestionario jugadores Diablo III

469	20	05/06/2013 21:37
470	32	05/06/2013 21:36
471	32	05/06/2013 21:29
472	22	05/06/2013 21:27
473	25	05/06/2013 21:20
474	22	05/06/2013 21:18
475	24	05/06/2013 21:18
476	27	05/06/2013 21:17
477	26	05/06/2013 21:14
478	19	05/06/2013 21:10
479	20	05/06/2013 21:10
480	26	05/06/2013 20:59
481	21	05/06/2013 20:55
482	22	05/06/2013 20:49
483	40	05/06/2013 20:44
484	23	05/06/2013 20:43
485	30	05/06/2013 20:42
486	25	05/06/2013 20:37
487	37	05/06/2013 20:35
488	34	05/06/2013 20:18
489	36	05/06/2013 20:18
490	26	05/06/2013 20:15
491	24	05/06/2013 20:12
492	20	05/06/2013 20:11
493	25	05/06/2013 20:01
494	21	05/06/2013 19:59
495	22	05/06/2013 19:52
496	22	05/06/2013 19:51
497	22	05/06/2013 19:44
498	26	05/06/2013 19:43
499	41	05/06/2013 19:34
500	28	05/06/2013 19:29
501	30	05/06/2013 19:29
502	23 años	05/06/2013 19:20
503	24	05/06/2013 19:17
504	22	05/06/2013 19:02
505	25	05/06/2013 19:01
506	24	05/06/2013 18:50
507	25	05/06/2013 18:46
508	18	05/06/2013 18:44
509	33	05/06/2013 18:40
510	29	05/06/2013 18:33
511	19	05/06/2013 18:31

Cuestionario jugadores Diablo III

512	24	05/06/2013 18:30
513	22	05/06/2013 18:30
514	19	05/06/2013 18:30
515	30	05/06/2013 18:26
516	21	05/06/2013 18:26
517	22	05/06/2013 18:20
518	17	05/06/2013 18:20
519	31	05/06/2013 18:11
520	23	05/06/2013 18:08
521	19	05/06/2013 18:08
522	32	05/06/2013 18:07
523	24	05/06/2013 18:06
524	26	05/06/2013 18:01
525	21	05/06/2013 18:00
526	25	05/06/2013 17:58
527	26	05/06/2013 17:53
528	23	05/06/2013 17:51
529	23	05/06/2013 17:48
530	21	05/06/2013 17:47
531	25	05/06/2013 17:46
532	27 años	05/06/2013 17:46
533	16	05/06/2013 17:45
534	19	05/06/2013 17:45
535	38	05/06/2013 17:45
536	32	05/06/2013 17:42
537	22	05/06/2013 17:41
538	21	05/06/2013 17:37
539	20	05/06/2013 17:33
540	23	05/06/2013 17:32
541	30	05/06/2013 17:32
542	22	05/06/2013 17:32
543	0	05/06/2013 17:31
544	34	05/06/2013 17:30
545	23	05/06/2013 17:27
546	32	05/06/2013 17:25
547	25	05/06/2013 17:25
548	22	05/06/2013 17:23
549	31	05/06/2013 17:01
550	20	05/06/2013 16:55
551	16	05/06/2013 16:54
552	23	05/06/2013 16:54
553	25	05/06/2013 16:53
554	26	05/06/2013 16:51

Cuestionario jugadores Diablo III

555	25	05/06/2013 16:51
556	26	05/06/2013 16:50
557	20	05/06/2013 16:49
558	29	05/06/2013 16:49
559	41	05/06/2013 16:49
560	40	05/06/2013 16:48
561	22	05/06/2013 16:42
562	16	05/06/2013 16:42
563	27	05/06/2013 16:38
564	29	05/06/2013 16:35
565	29	05/06/2013 16:33
566	28	05/06/2013 16:32
567	25	05/06/2013 16:31
568	21	05/06/2013 16:29
569	38	05/06/2013 16:29
570	22	05/06/2013 16:29
571	20	05/06/2013 16:27
572	25	05/06/2013 16:24
573	30	05/06/2013 16:24
574	30	05/06/2013 16:20
575	35	05/06/2013 16:19
576	30	05/06/2013 16:18
577	32	05/06/2013 16:14
578	21	05/06/2013 16:14
579	36	05/06/2013 16:10
580	31	05/06/2013 16:10
581	30	05/06/2013 16:10
582	28	05/06/2013 16:09
583	23	05/06/2013 16:08
584	24	05/06/2013 16:04
585	29	05/06/2013 16:04
586	19	05/06/2013 16:02
587	23	05/06/2013 16:01
588	24	05/06/2013 15:56
589	23	05/06/2013 15:54
590	18	05/06/2013 15:53
591	23	05/06/2013 15:51
592	22	05/06/2013 15:51
593	22	05/06/2013 15:51
594	17	05/06/2013 15:50
595	32	05/06/2013 15:49
596	31	05/06/2013 15:48
597	18	05/06/2013 15:48

Cuestionario jugadores Diablo III

598	27	05/06/2013 15:48
599	32	05/06/2013 15:47
600	23	05/06/2013 15:46
601	22	05/06/2013 15:43
602	21	05/06/2013 15:43
603	31	05/06/2013 15:40
604	30	05/06/2013 15:39
605	26	05/06/2013 15:36
606	28	05/06/2013 15:36
607	28	05/06/2013 15:32
608	29	05/06/2013 15:31
609	19	05/06/2013 15:29
610	37	05/06/2013 15:29
611	34	05/06/2013 15:26
612	31	05/06/2013 15:21
613	32	05/06/2013 15:20
614	26	05/06/2013 15:18
615	31	05/06/2013 15:15
616	29	05/06/2013 15:15
617	27	05/06/2013 15:11
618	23	05/06/2013 15:09
619	23	05/06/2013 15:06
620	27	05/06/2013 15:01
621	24	05/06/2013 14:50
622	18	05/06/2013 14:43
623	16	05/06/2013 14:33
624	31	05/06/2013 14:20
625	24	05/06/2013 14:19
626	29	05/06/2013 14:17
627	22	05/06/2013 14:11
628	21	05/06/2013 14:08
629	23	05/06/2013 14:06
630	41	05/06/2013 14:03
631	24	05/06/2013 14:03
632	39	05/06/2013 14:02
633	27	05/06/2013 13:52
634	22	05/06/2013 13:52
635	24	05/06/2013 13:50
636	28	05/06/2013 13:50
637	27	05/06/2013 13:49
638	29	05/06/2013 13:46
639	23	05/06/2013 13:44
640	24	05/06/2013 13:38

Cuestionario jugadores Diablo III

641	20	05/06/2013 13:38
642	24	05/06/2013 13:38
643	31	05/06/2013 13:38
644	°6	05/06/2013 13:36
645	40	05/06/2013 13:35
646	22	05/06/2013 13:33
647	35	05/06/2013 13:30
648	31	05/06/2013 13:30
649	37	05/06/2013 13:29
650	20	05/06/2013 13:27
651	24	05/06/2013 13:23
652	23	05/06/2013 13:19
653	18	05/06/2013 13:19
654	19	05/06/2013 13:19
655	28	05/06/2013 13:15
656	41	05/06/2013 13:15
657	29	05/06/2013 13:12
658	27	05/06/2013 13:12
659	27	05/06/2013 13:11
660	24	05/06/2013 13:11
661	23	05/06/2013 13:10
662	27	05/06/2013 13:08
663	21	05/06/2013 13:07
664	24	05/06/2013 13:03
665	28	05/06/2013 13:02
666	26	05/06/2013 13:01
667	31	05/06/2013 13:01
668	19	05/06/2013 12:58
669	30	05/06/2013 12:56
670	35	05/06/2013 12:53
671	25	05/06/2013 12:50
672	29	05/06/2013 12:48
673	23	05/06/2013 12:47
674	35	05/06/2013 12:39
675	26	05/06/2013 12:28
676	27	05/06/2013 12:21
677	25	05/06/2013 12:19
678	22	05/06/2013 12:17
679	21	05/06/2013 12:17
680	18	05/06/2013 12:11
681	25	05/06/2013 12:10
682	45	05/06/2013 12:06
683	21	05/06/2013 12:03

Cuestionario jugadores Diablo III

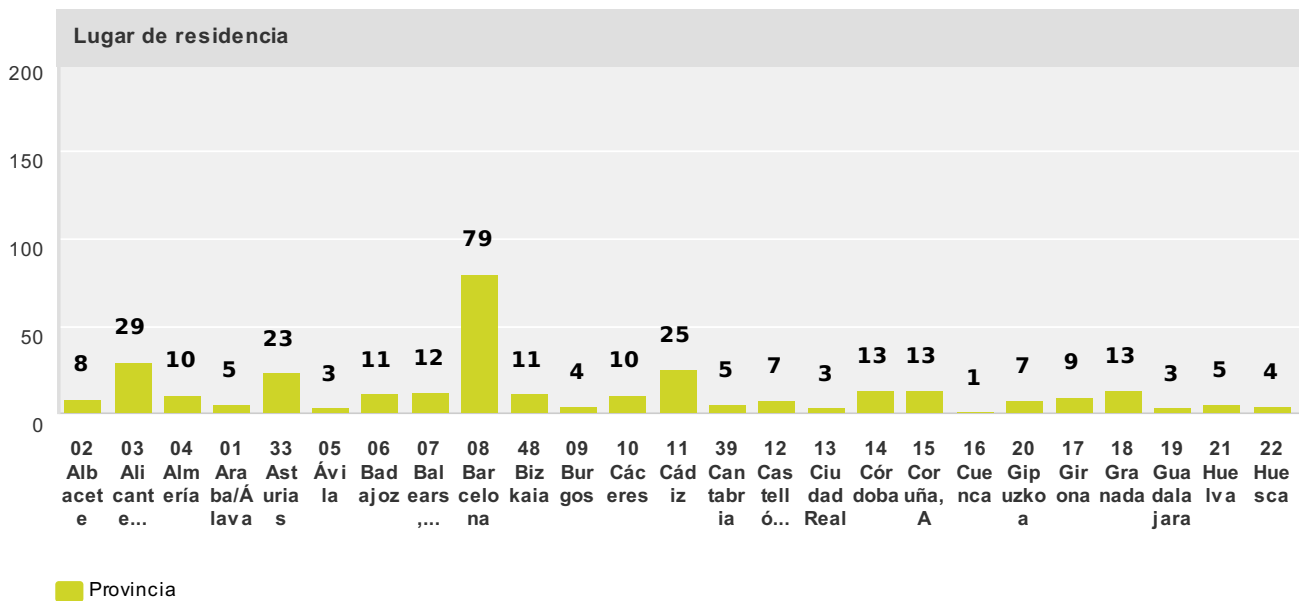
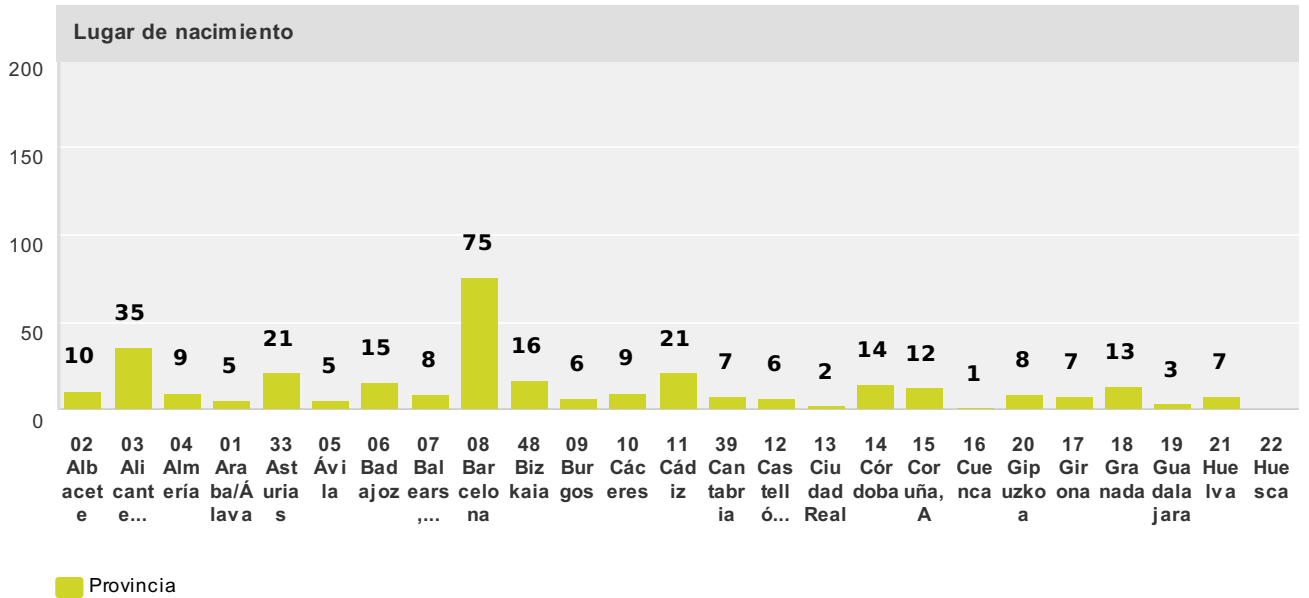
684	27	05/06/2013 12:03
685	25	05/06/2013 11:52
686	23	05/06/2013 11:51
687	29	05/06/2013 11:51
688	23	05/06/2013 11:51
689	27	05/06/2013 11:50
690	39	05/06/2013 11:42
691	21	05/06/2013 11:36
692	24	05/06/2013 11:32
693	27	05/06/2013 11:25
694	39	05/06/2013 11:23
695	12	05/06/2013 11:17
696	29	05/06/2013 11:16
697	28	05/06/2013 11:13
698	31	05/06/2013 11:13
699	21	05/06/2013 11:12
700	30	05/06/2013 11:12
701	23	05/06/2013 11:11
702	26	05/06/2013 11:06
703	29	05/06/2013 11:01
704	27	05/06/2013 11:00
705	32	05/06/2013 10:46
706	19	05/06/2013 10:44
707	31	05/06/2013 10:42
708	26	05/06/2013 10:35
709	27	05/06/2013 10:33
710	37	05/06/2013 10:31
711	25	05/06/2013 10:28
712	32	05/06/2013 10:24
713	24	05/06/2013 10:14
714	30	05/06/2013 10:13
715	22	05/06/2013 10:10
716	30	05/06/2013 10:08
717	25	05/06/2013 9:58
718	31	05/06/2013 9:50
719	36	05/06/2013 9:47
720	27	05/06/2013 9:35
721	24	05/06/2013 9:34
722	23	05/06/2013 9:29
723	46	05/06/2013 9:24
724	51	05/06/2013 9:16
725	26	05/06/2013 9:09
726	34	05/06/2013 8:54

Cuestionario jugadores Diablo III

727	24	05/06/2013 8:51
728	16	05/06/2013 8:42
729	30	05/06/2013 8:35
730	30	05/06/2013 8:10
731	38	05/06/2013 8:04
732	17	05/06/2013 7:53
733	23	05/06/2013 7:48
734	26	05/06/2013 6:31
735	29	05/06/2013 5:42
736	20	05/06/2013 5:08
737	18	05/06/2013 4:42
738	23	05/06/2013 4:34
739	38	05/06/2013 3:56
740	25	05/06/2013 3:26
741	27	05/06/2013 3:17
742	24	05/06/2013 3:15
743	22	05/06/2013 2:33
744	22	05/06/2013 2:29
745	27	05/06/2013 2:24
746	22	05/06/2013 2:15
747	21	05/06/2013 2:09
748	30	05/06/2013 2:03
749	18	05/06/2013 1:53
750	26	05/06/2013 1:49
751	27	05/06/2013 1:38
752	20	05/06/2013 1:25
753	24	05/06/2013 1:24
754	34	05/06/2013 1:16
755	21	05/06/2013 1:08
756	19	05/06/2013 0:41
757	27	05/06/2013 0:34
758	27	05/06/2013 0:25
759	35	05/06/2013 0:24
760	28	05/06/2013 0:22
761	32	05/06/2013 0:21
762	24	05/06/2013 0:09
763	20	04/06/2013 23:53
764	23	04/06/2013 23:48
765	30	04/06/2013 23:48
766	27	04/06/2013 23:47

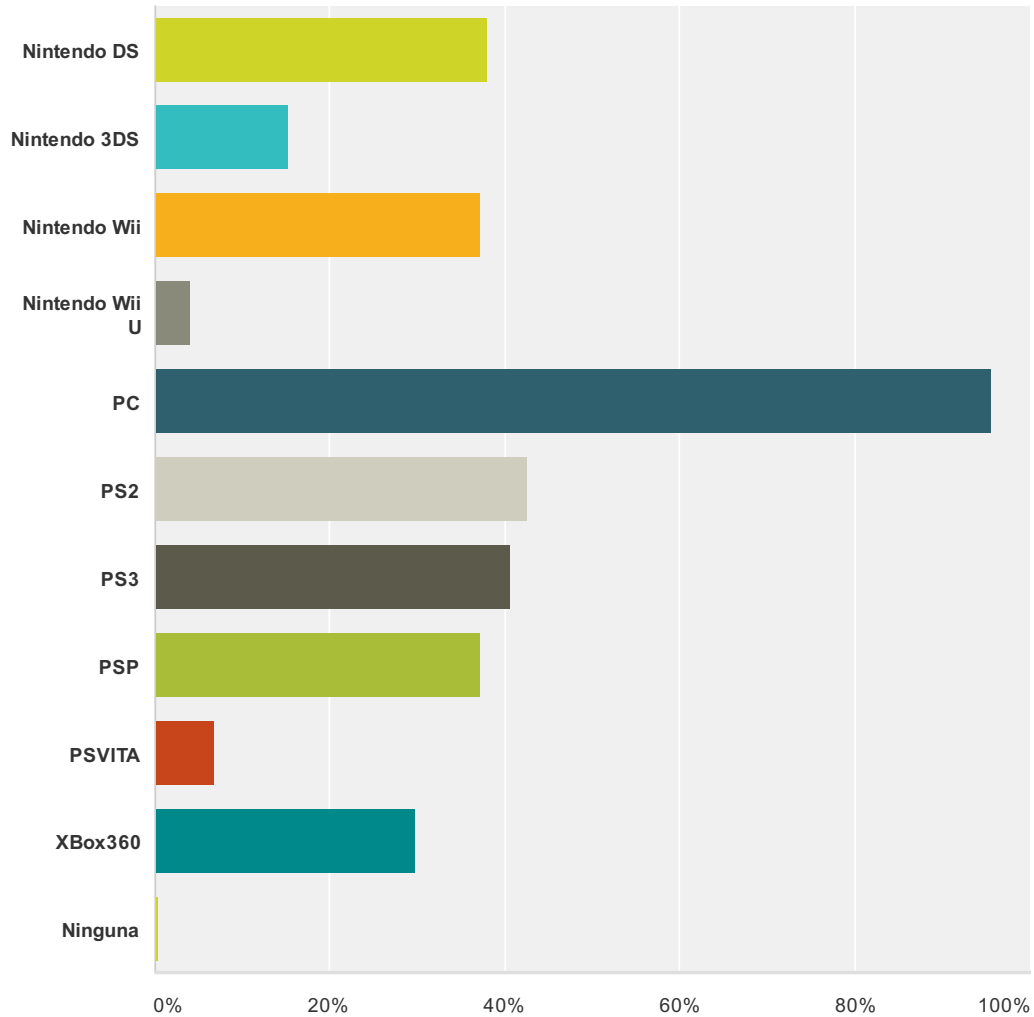
Q34 Provincia de nacimiento y lugar residencia

Respondido: 722 Omitido: 227



Q35 De las siguientes plataformas, indica aquellas de las que dispones.

Respondido: 758 Omitido: 191



Opciones de respuesta	Respuestas	
Nintendo DS	37,99%	288
Nintendo 3DS	15,30%	116
Nintendo Wii	37,20%	282
Nintendo Wii U	4,09%	31
PC	95,38%	723
PS2	42,48%	322
PS3	40,50%	307
PSP	37,20%	282
PSVITA	6,99%	53
XBox360	29,82%	226
Ninguna	0,53%	4
Total de encuestados: 758		

Cuestionario jugadores Diablo III

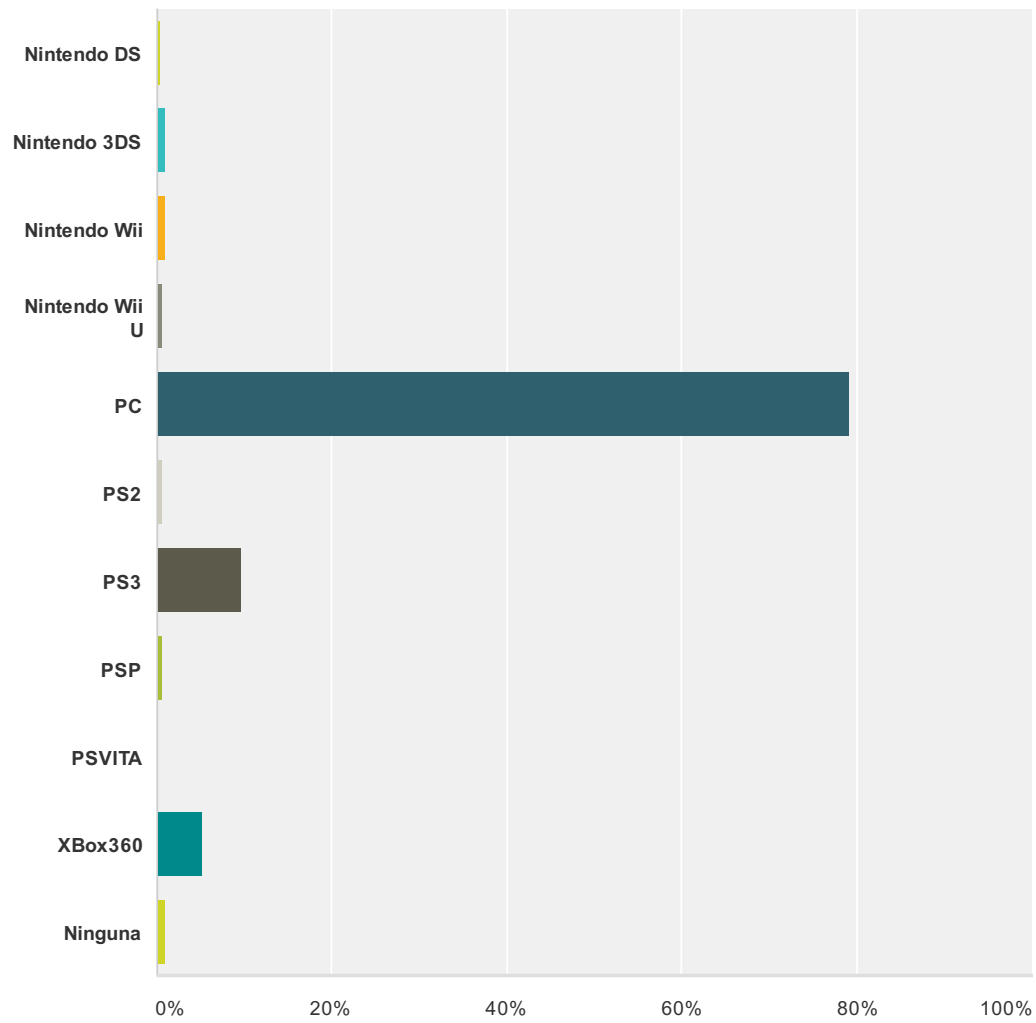
n.º	Otro (especifique)	Fecha
1	Game Boy Advance	12/09/2013 23:38
2	Game Boy Advance, Game Cube, Nintendo 64, PlayStation 1	29/08/2013 3:16
3	Sness, Super Nintendo, N64	24/06/2013 11:46
4	Excepto el PC, las demás no son mías, son de mis compañeros de piso, pero me dejan usarlas con libertad.	18/06/2013 21:59
5	Archos GamePad	11/06/2013 16:31
6	iOS	11/06/2013 16:29
7	sega, gameboy.	10/06/2013 15:12
8	PSX	09/06/2013 18:28
9	PS One y una Nintendo antigua, pero no recuerdo cuál	09/06/2013 15:37
10	Dream Cast	09/06/2013 13:49
11	Moviles (¿Como no estan en esta encuesta?)	09/06/2013 11:52
12	NES, Megadrive, PSX	08/06/2013 21:44
13	Xbox	08/06/2013 21:33
14	super nintendo, nintendo 64, neo geo AES	08/06/2013 18:45
15	Anteriormente nintendo, super nintendo y nintendo 64.	08/06/2013 14:09
16	Dreamcast.	08/06/2013 11:36
17	Sega Saturn,Sega Dreamcast. PSONE	08/06/2013 10:21
18	Algunas consolas antiguas como ps1, nintendo, game boy, dreamcast, etc...	08/06/2013 9:04
19	PLAY STATION 1	07/06/2013 19:36
20	Todo Nintendo, retro, atari...	07/06/2013 18:08
21	Casi todas las clásicas.	07/06/2013 14:04
22	Canoo	07/06/2013 12:30
23	Clásicas como megadrive, n64, etc	07/06/2013 8:23
24	Consolas retro, a porrillo.	07/06/2013 2:35
25	Mas de 40 consolas	07/06/2013 1:08
26	Tablet android	06/06/2013 23:33
27	smartphone	06/06/2013 23:12
28	PSX	06/06/2013 22:51
29	Xbox	06/06/2013 22:50
30	Dreamcast	06/06/2013 22:46
31	Android	06/06/2013 22:03
32	N64, SNES	06/06/2013 19:44
33	NES, PSOne	06/06/2013 19:30
34	PS1	06/06/2013 19:16
35	PS1	06/06/2013 19:12
36	MegaDrive :D	06/06/2013 17:20
37	PS1	06/06/2013 16:47
38	Megadrive y SNES	06/06/2013 15:07
39	pc	06/06/2013 12:58
40	Soy jugador de PC basicamente	06/06/2013 12:26
41	Neo Geo X Gold, Nintendo 64, Super Nintendo, NES, Mega Drive, Game Boy, Game Gear, Dreamcast, Sega Saturn, PsOne.	06/06/2013 10:25
42	GameBoy mítica xD	06/06/2013 9:44

Cuestionario jugadores Diablo III

43	También tengo la Sega Megadrive (32 BIT), la SNES, la NES, la PSX, y la Dreamcast, a los que juego habitualmente.	06/06/2013 1:31
44	Nintendo SP,PS1	06/06/2013 0:48
45	SNES, SATURN, MEGADRIVE, DREAMCAST, GAME BOY LADRILLO	06/06/2013 0:36
46	GameCube, PlayStation 1, GameBoy, Caanoo	06/06/2013 0:24
47	PS1, Android 4.1	05/06/2013 23:51
48	NES SNES N64 PS1 Sega Megadrive, etc... etc	05/06/2013 23:50
49	Gamecube, Gameboy Advance SP, PSX, MegaDrive y mi vieja Commodore 64	05/06/2013 23:17
50	antiguas	05/06/2013 22:51
51	PC Engine, PSX, NES, GB, GBC, GBM	05/06/2013 22:12
52	PS1, Nintendo64, Game Boy,	05/06/2013 21:18
53	Nintendo Game Cube, Game & Watch	05/06/2013 19:44
54	Game boy vale? xD	05/06/2013 18:20
55	GameBoy Color, GB Advance SP	05/06/2013 17:41
56	Atari 2600, Atari Lynx, Atari Jaguar, Nes, SNES, N64, Master System, Mega Drive, Dream Cast, Neo Geo AES, Neo Geo CD, Vectrex, Game Cube, Panacube, 3DO, Virtual Boy, etc	05/06/2013 17:01
57	Game Boy Color, NES, Nintendo 64, Spectrum 128K, Game Boy Advance SP	05/06/2013 16:42
58	PSOne	05/06/2013 16:35
59	nes	05/06/2013 16:14
60	Tamagochi	05/06/2013 16:04
61	¡Mi Game Boy Color!	05/06/2013 15:51
62	Atari	05/06/2013 13:52
63	PSOne	05/06/2013 13:50
64	PSX, GBA, NES, SNES, N64	05/06/2013 13:10
65	Dreamcast	05/06/2013 12:56
66	SNES, nintendo 64, gamecube	05/06/2013 11:52
67	Muchas otras consolas mas antiguas.	05/06/2013 11:51
68	Super Nintendo	05/06/2013 11:25
69	Tablet y Laptop	05/06/2013 10:35
70	Macintosh	05/06/2013 10:31
71	Ipad	05/06/2013 9:47
72	game boy, nintendo 8bits, sega saturn, N64	05/06/2013 6:31
73	xbox, N64, Game Cube,	05/06/2013 3:26

Q36 Ahora, indica tu favorita...

Respondido: 746 Omitido: 203



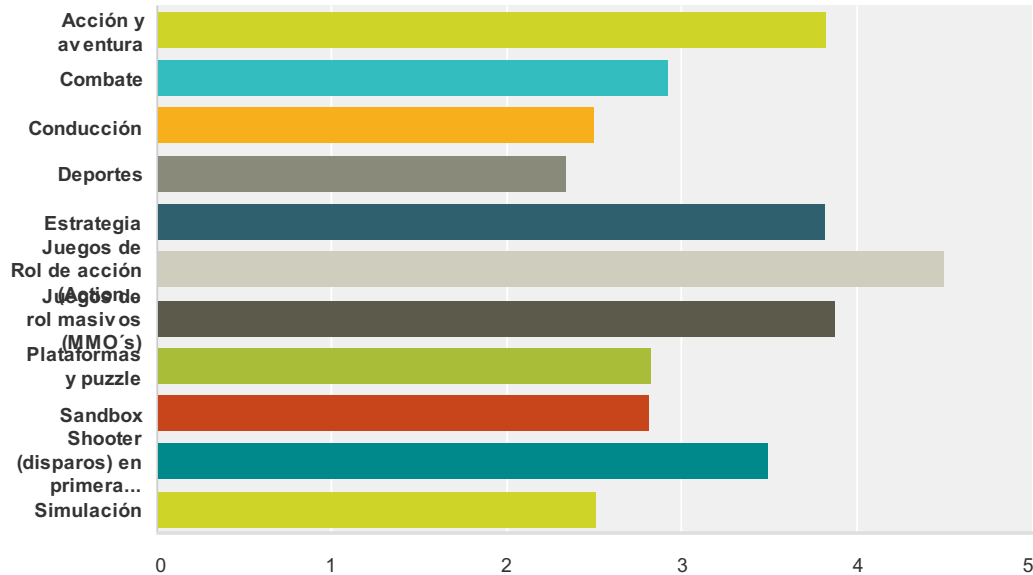
Opciones de respuesta	Respuestas	
Nintendo DS	0,40%	3
Nintendo 3DS	1,07%	8
Nintendo Wii	1,07%	8
Nintendo Wii U	0,67%	5
PC	79,09%	590
PS2	0,67%	5
PS3	9,79%	73
PSP	0,67%	5
PSVITA	0,13%	1
XBox360	5,36%	40
Ninguna	1,07%	8
Total		746

Cuestionario jugadores Diablo III

n.º	Otro (especifique)	Fecha
1	N64	24/06/2013 11:46
2	No puedo elegir, depende del juego.	18/06/2013 21:59
3	PSX	08/06/2013 21:44
4	Xbox	08/06/2013 21:33
5	neo geo	08/06/2013 18:45
6	Pc	08/06/2013 9:04
7	Prefiero el PC, sin duda	07/06/2013 21:49
8	No tengo favorita, cada una tiene su encanto.	07/06/2013 16:03
9	Megadrive!	07/06/2013 8:23
10	Gamecube	07/06/2013 2:35
11	Dreamcast	06/06/2013 23:11
12	Mencion especial a Dreamcast :p	06/06/2013 22:46
13	Depende del videojuego puedo variar en la opinion, aunque siempre entre PC y PS2	06/06/2013 19:30
14	pc	06/06/2013 12:58
15	PC Engine	05/06/2013 22:12
16	Neo Geo AES, SNES, PSX	05/06/2013 17:01
17	PSone	05/06/2013 16:35
18	N64	05/06/2013 3:26
19	Steam (PC)	05/06/2013 2:29

Q37 Valora tu grado de interés en los siguientes géneros de videojuegos

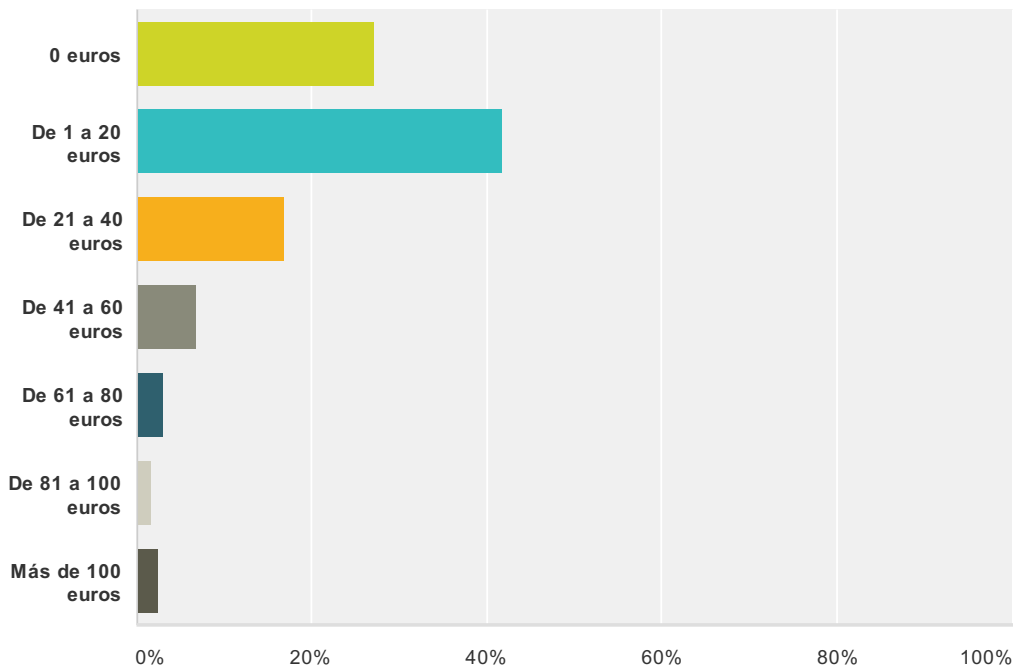
Respondido: 757 Omitido: 192



	1	2	3	4	5	Total	Clasificación promedio
Acción y aventura	4,83% 36	8,58% 64	19,84% 148	33,51% 250	33,24% 248	746	3,82
Combate	18,11% 134	20,54% 152	26,62% 197	20,54% 152	14,19% 105	740	2,92
Conducción	33,56% 247	21,06% 155	18,61% 137	14,95% 110	11,82% 87	736	2,50
Deportes	40,49% 298	18,75% 138	17,39% 128	13,18% 97	10,19% 75	736	2,34
Estrategia	5,23% 39	9,66% 72	19,06% 142	30,87% 230	35,17% 262	745	3,81
Juegos de Rol de acción (Action RPG's)	1,86% 14	1,46% 11	7,19% 54	24,63% 185	64,85% 487	751	4,49
Juegos de rol masivos (MMO's)	8,17% 61	9,50% 71	13,65% 102	24,23% 181	44,44% 332	747	3,87
Plataformas y puzzle	18,07% 133	22,83% 168	28,13% 207	21,33% 157	9,65% 71	736	2,82
Sandbox	24,20% 175	20,47% 148	21,44% 155	18,26% 132	15,63% 113	723	2,81
Shooter (disparos) en primera persona	12,79% 95	11,31% 84	19,25% 143	27,19% 202	29,48% 219	743	3,49
Simulación	28,77% 212	23,74% 175	24,56% 181	13,84% 102	9,09% 67	737	2,51

Q38 ¿Cuál es tu inversión mensual en videojuegos?

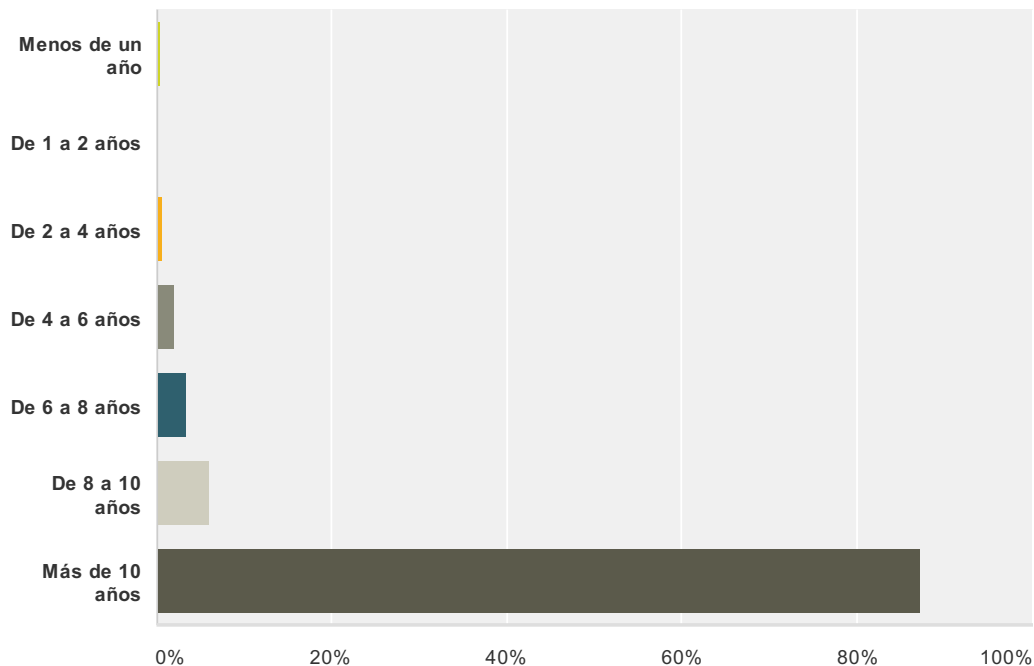
Respondido: 760 Omitido: 189



Opciones de respuesta	Respuestas	Porcentaje
0 euros	206	27,11%
De 1 a 20 euros	317	41,71%
De 21 a 40 euros	128	16,84%
De 41 a 60 euros	53	6,97%
De 61 a 80 euros	24	3,16%
De 81 a 100 euros	13	1,71%
Más de 100 euros	19	2,50%
Total	760	

Q39 ¿Hace cuánto que juegas a videojuegos?

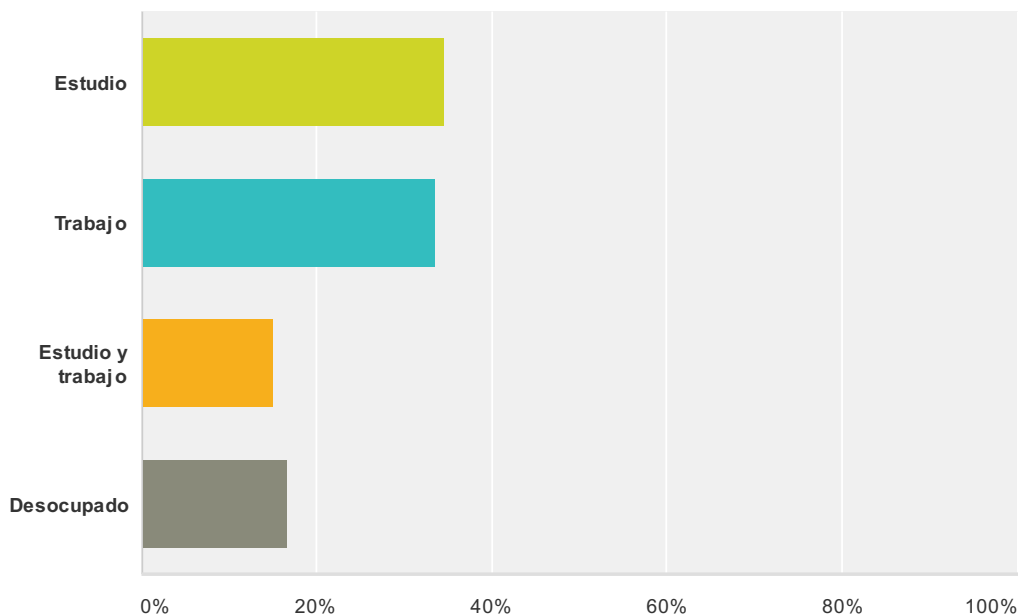
Respondido: 761 Omitido: 188



Opciones de respuesta	Respuestas
Menos de un año	0,53% 4
De 1 a 2 años	0,13% 1
De 2 a 4 años	0,66% 5
De 4 a 6 años	2,10% 16
De 6 a 8 años	3,42% 26
De 8 a 10 años	6,04% 46
Más de 10 años	87,12% 663
Total	761

Q40 Respecto a tu ocupación, actualmente...

Respondido: 750 Omitido: 199



Opciones de respuesta	Respuestas	
Estudio	34,53%	259
Trabajo	33,47%	251
Estudio y trabajo	15,20%	114
Desocupado	16,80%	126
Total		750

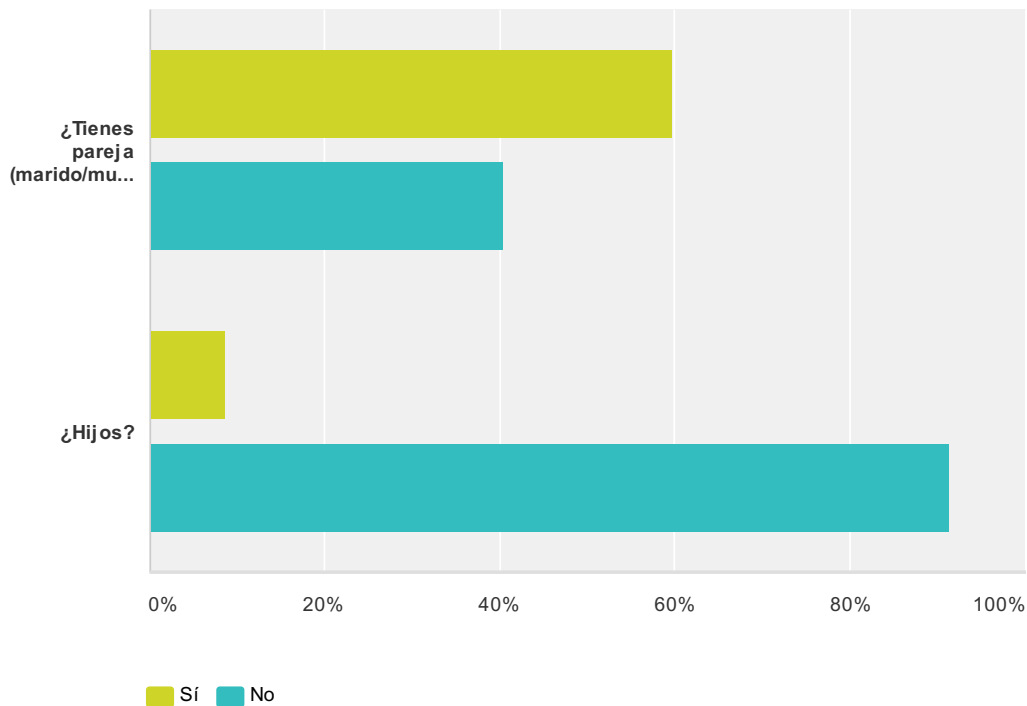
n.º	Otro (especifique)	Fecha
1	Funcionario	11/06/2013 5:16
2	En paro y buscando =P	10/06/2013 13:18
3	soy rico	07/06/2013 23:05
4	Agricultor casero (Desocupado)	06/06/2013 22:03
5	parado	06/06/2013 15:19
6	en paro	06/06/2013 13:58
7	Opositando	06/06/2013 2:48
8	En paro :(05/06/2013 20:42
9	Con trabajo ocasional en el negocio familiar, pero mayormente estudio	05/06/2013 17:37
10	Estudio y busco trabajo	05/06/2013 16:54
11	NINI	05/06/2013 16:29
12	en temporada alta	05/06/2013 15:20
13	Estudio y trabajo	05/06/2013 15:18
14	En paro, por cojones.	05/06/2013 14:50
15	Negocio propio + Estudio	05/06/2013 12:56

Cuestionario jugadores Diablo III

16	Doctorado	05/06/2013 11:52
17	parado	05/06/2013 11:16
18	Desempleado	05/06/2013 11:13
19	autonomo	05/06/2013 9:16

Q41 Completa la siguiente información respecto a tu familia...

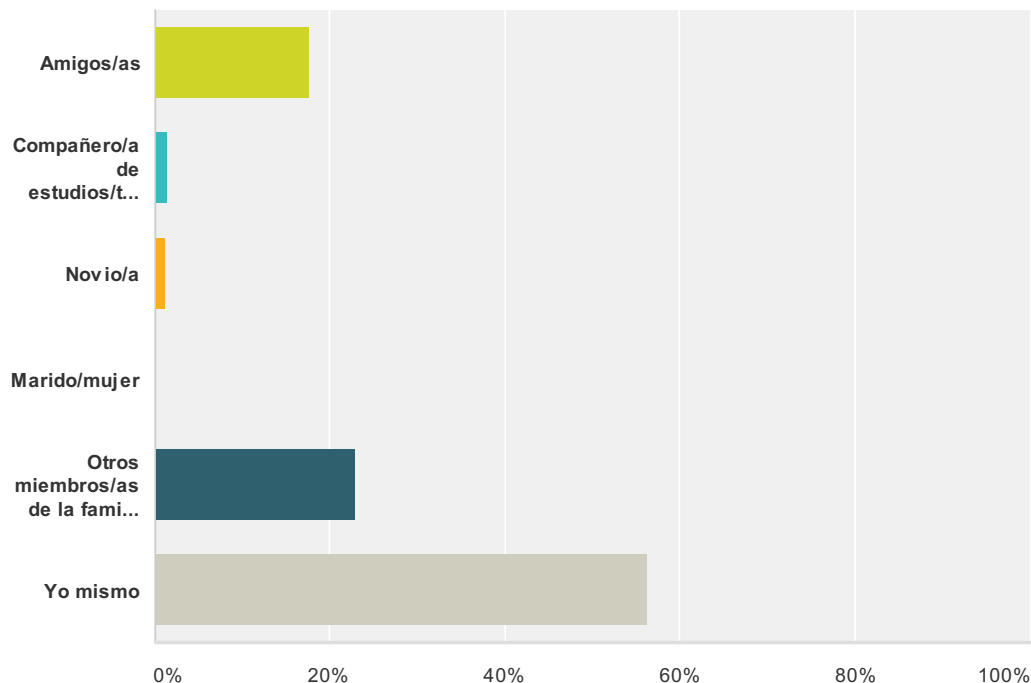
Respondido: 759 Omitido: 190



	Sí	No	Total
¿Tienes pareja (marido/mujer, novio/a)?	59,63% 452	40,37% 306	758
¿Hijos?	8,76% 65	91,24% 677	742

Q42 ¿Quién te introdujo en el mundo de los videojuegos?

Respondido: 761 Omitido: 188



Opciones de respuesta	Respuestas
Amigos/as	17,74% 135
Compañero/a de estudios/trabajo	1,58% 12
Novio/a	1,31% 10
Marido/mujer	0,26% 2
Otros miembros/as de la familia (distintos a los mencionados)	23,00% 175
Yo mismo	56,11% 427
Total	761

n.º	Otro (especifique)	Fecha
1	Me introduce un poco por mis padres, de pequeño, que ellos jugaban a la PS1 para entonces, pero luego un día decidí jugar yo mismo y empezar mi "gran aventura" en el mundo de los videojuegos.	12/09/2013 23:38
2	Padres	28/07/2013 14:51
3	Mi hermano.	09/06/2013 18:28
4	Hermano	09/06/2013 14:49
5	Mi padre	07/06/2013 17:34
6	Hermanos	07/06/2013 12:48
7	Mi padre cuando me compró una NES por mi primera comunión.	06/06/2013 23:49
8	Supongo que mi padre, fue hace ya tantísimos años	06/06/2013 22:03
9	Padre	06/06/2013 7:38
10	Mi padre con el spectrum y el juego de cortocircuito :D	05/06/2013 21:53
11	De ver a mi hermano jugar en la nintendo desde pequeño, yo empecé a jugar con él hasta el día de hoy	05/06/2013 21:17

Cuestionario jugadores Diablo III

12	Mi padre	05/06/2013 19:51
13	Primos	05/06/2013 18:33
14	No recuerdo	05/06/2013 16:54
15	Hermano	05/06/2013 16:31
16	Mi padre y mi hermano	05/06/2013 15:53
17	Hermanos	05/06/2013 13:52
18	Civercafe cuando empezaron	05/06/2013 13:12
19	Mi padre con el Spectrum y el Amstrad cpc	05/06/2013 12:56
20	Hermano	05/06/2013 10:28
21	Hermano.	05/06/2013 10:14

Cuestionario jugadores Diablo III

Q43 ¿Hay algún aspecto de jugar a Diablo III que no hayamos nombrado en esta encuesta y que te gustaría señalar?

Respondido: 279 Omitido: 670

n.º	Respuestas	Fecha
1	No	17/11/2013 22:02
2	El precio del juego, si realmente lo merece o no, la opinión personal de cada uno.	12/09/2013 23:38
3	el loot da asco.	10/09/2013 14:30
4	me quita el stres del día a día	03/09/2013 15:34
5	No, es muy completa.	16/08/2013 20:04
6	Motivo por el cuál volvería a jugar (como antes)	28/07/2013 14:51
7	no	19/07/2013 15:33
8	Esta todo bastante completo. Suerte con tu tesis.	22/06/2013 10:52
9	¿Que opinaría sobre que en la expansión hubiese un árbol de habilidades parecido al de D2?	21/06/2013 23:25
10	No	16/06/2013 5:40
11	Opinion de la empresa.	15/06/2013 7:31
12	No	12/06/2013 12:09
13	NO	11/06/2013 18:29
14	El futuro de Diablo III.	11/06/2013 15:14
15	no	11/06/2013 11:20
16	no	11/06/2013 9:56
17	Nula decision del jugador sobre las habilidades del personaje	10/06/2013 15:13
18	De hecho creo que está bastante completa. En todo caso, por hacer alguna crítica constructiva y desde el respeto, quizás la encuesta pueda ganar algo de dimensión y perspectiva si lo comparamos con Path of Exile (gratis con micropagos puramente estéticos) y su sistema de habilidades. Además, es común hablar de Diablo 3 y el desbalanceo entre clases. Hay clases como el Bárbaro que directamente son inmortales, y clases como el Cazador de Demonios que ahora mismo son de cristal.	10/06/2013 13:18
19	la interacion via creadores - comunidad	09/06/2013 20:27
20	El cambio de departamento, yo no me entere hasta que vi la salida del juego, si llevo a saber que el juego lo harian los del wow no me lo hubiese comprado. Me he sentido estafado.	09/06/2013 19:08
21	No hay un interfaz bueno para comercio jugador-jugador de forma directa, sin casa de subastas. También se podría preguntar sobre cosas que estaban en las anteriores entregas de Diablo y que ahora no están, pero me gustaría que estuvieran. Si me gusta la velocidad a la que ponen los parches. Si me gustaría que se hicieran concursos de propuestas hechas por fans, de forma que las propuestas ganadoras se implementaran durante un tiempo y luego se evaluaran para ver si se quedan o no. No sé, son ideas :). Muchas suerte con el proyecto.	09/06/2013 18:28
22	No	09/06/2013 18:04
23	no	09/06/2013 17:43
24	En mi opinión ocurre un fenómeno muy claro respecto a este juego. Muchos de los jugadores que lo compraron han dejado de jugar y vuelto a hacerlo más tarde. Denota la decepción, la esperanza de mejora y el reconocimiento de la comunidad de un gran potencial no aprovechado.	09/06/2013 16:25
25	Creo que es muy completa, pero añadiría quizá alguna pregunta de qué les gustaría que los usuarios que mejorasen de D3	09/06/2013 15:37
26	BARBAROS A MUERTE!!!!	09/06/2013 15:10
27	no	09/06/2013 13:49
28	Le deberian haber llamado de otra forma. Llamarlo Diablo es un insulto a la saga.	09/06/2013 13:17

Cuestionario jugadores Diablo III

29	no	09/06/2013 12:24
30	Las actualizaciones desvaluan las cosas anteriores, por lo que te puede cansar el siempre tener que buscar objetos de nuevo...	09/06/2013 11:52
31	Te lo has currado, enhorabuena	09/06/2013 9:56
32	no	09/06/2013 4:30
33	Poca recompensa en la relación tiempo jugado/resultado obtenido.	09/06/2013 2:42
34	De las cosas que mas extraño de Diablo 2 esta el árbol de habilidades, ayudaba mucho a fomentar la rejugabilidad.	09/06/2013 1:48
35	No	08/06/2013 23:52
36	NO.	08/06/2013 23:47
37	el HYPE	08/06/2013 21:59
38	no	08/06/2013 20:46
39	no	08/06/2013 18:47
40	ESTA BASTANTE COMPLETA LA ENCUESTA	08/06/2013 18:38
41	La trama es el punto fuerte del juego. El modo multijugador, sin embargo, no aporta nada nuevo. Chupilandia es un desastre, muy inferior al nivel de las vacas del DII	08/06/2013 18:03
42	Personaje favorito falta	08/06/2013 14:35
43	Ha estado bien.	08/06/2013 14:09
44	No	08/06/2013 11:38
45	La rejugabilidad. Es decir, en D3 hecho un barbaro hechos todos los tipos de barbaro. En D2 te podías crear varios barbaros(o cualquier clase) porque eran disintos(uno frenesi, otro a frenetico,etc)	08/06/2013 10:40
46	El tema de la constante caída de servidores durante el lanzamiento y los robos masivos de cuentas	08/06/2013 10:21
47	Que se echa en falta	08/06/2013 9:04
48	No a la subida de nivel automatica con sus atributos	08/06/2013 5:44
49	no esta muy bien	08/06/2013 5:26
50	Casa de subasta supernecesaria	08/06/2013 4:37
51	no	08/06/2013 4:06
52	Muy completa.	08/06/2013 2:25
53	Recuerda a las anteriores entregas, pero no resulta tan entretenido.	08/06/2013 0:46
54	Bien planteada la encuesta, pregunta lo esencial del juego. Podrias preguntar que se hecha de menos de juegos anteriores, o que vemos que le falta a Diablo 3.	08/06/2013 0:25
55	Ha sido una enorme decepción	08/06/2013 0:11
56	no	08/06/2013 0:01
57	Me dio cancer	07/06/2013 23:10
58	no	07/06/2013 23:05
59	No creo.	07/06/2013 21:58
60	Falta el Paladín!!! hay que respetar la esencia de Diablo II	07/06/2013 21:49
61	Pues me gustaría que todo fuese más lúgubre y sombrío	07/06/2013 20:48
62	NO	07/06/2013 20:15
63	no	07/06/2013 20:09
64	La mecánica de ataques y los enemigos.	07/06/2013 19:50
65	Creo que no habeis comentado nada del servicio técnico. Y algunos como yo participamos en la versión Beta, por si podeis ponerlo, en cierto modo ayudamos a mejorar el juego antes de salir, aunque la mayoría no ayudamos mucho.	07/06/2013 19:14
66	no	07/06/2013 18:14

Cuestionario jugadores Diablo III

67	Que en vez de innovar convirtieron Diablo 3 en mierda estándar sin gracia a lo wow, poco ambiente, se cargaron la mecánica e introdujeron logros y economía que nunca necesitó para enganchar a los jugadores. Vamos, que metieron a algun gilipollas que hizo la carrera de game designer y lo convirtió en el wow, 10 años para esta puta mierda envuelta en purpurina. Candyland? gilipollas... unos gilipollas	07/06/2013 18:08
68	No	07/06/2013 16:03
69	Que cosas esperaba, en funcion de su antecesor	07/06/2013 15:19
70	Si, el fastidioso lag que se sufre a veces y que fastidia bastante	07/06/2013 15:15
71	NO	07/06/2013 15:11
72	NO	07/06/2013 14:20
73	Las actividades que dejas de realizar para jugar al Diablo. A que hora, día de la semana se juega. Problemas con el entorno familiar / amigos por jugar al Diablo	07/06/2013 13:25
74	Banda sonora, posible expansión, opinión mejoras al juego	07/06/2013 13:08
75	no	07/06/2013 12:10
76	Faltaria una pregunta en mi opinion: "¿Cree que el tiempo que ha podido jugar a diablo 3 ha sido tiempo perdido o por el contrario estás satisfecho con las horas jugadas?"	07/06/2013 11:02
77	Efectos psicologicos, acumular, vender, acaparar, especular, megaspros	07/06/2013 10:55
78	Que mejoren el juego continuamente no cuando quieran hacer competencia entre otro videojuegos o por intentar ganar mas con lotros productos. Que trabaje informen y actuen no quieran ganar dinero	07/06/2013 8:48
79	¿Comprarias/Esperas la expansión? ¿Hubieses esperado a la edición de consola en vez a la de PC? ¿Sabiedo lo que te ha ofrecido Diablo III, lo hubieses comprado igualmente? ¿Por qué compraste Diablo III?	07/06/2013 8:23
80	no	07/06/2013 6:52
81	no	07/06/2013 3:36
82	no	07/06/2013 2:40
83	inovacion	07/06/2013 2:10
84	no	07/06/2013 1:31
85	Menos loteo, mejor calidad del mismo	07/06/2013 1:25
86	Diversion absoluta a ciertos niveles	07/06/2013 1:08
87	no	07/06/2013 0:53
88	Creo que no	07/06/2013 0:44
89	Suerte con el trabajo!jeje	07/06/2013 0:19
90	NO	07/06/2013 0:06
91	No	07/06/2013 0:04
92	Es una tragaperras virtual pero en vez de echar euros echas horas y oro a cambio de que te caiga algo de los bichos.	06/06/2013 23:49
93	mejorar las skills	06/06/2013 23:45
94	no	06/06/2013 23:19
95	El juego está acabado, lo sacan a trozos. Capitalismo!!!!	06/06/2013 23:12
96	No	06/06/2013 23:11
97	calidad de los servidores	06/06/2013 22:57
98	ASPECTO ON-LINE, YA QUE EL JUEGO REQUIERE ESTAR CONECTADO PARA PODER JUGAR, PODRIAS PEDIR OPCIONES QUE LE GUSTARIA A LA GENTE QUE OFRECIERA EL SERVICIO, TORNEOS, LIGAS, CLASIFICACIONES ETC....	06/06/2013 22:36
99	crees que blizzard ha dejado diablo 3 abandonado? si	06/06/2013 22:29
100	NO	06/06/2013 22:18
101	NO	06/06/2013 22:15
102	La imposibilidad de personalizacion de atributos (fuer., des., int.) y la falta de "arboles" en las habilidades	06/06/2013 22:07
103	No	06/06/2013 22:03

Cuestionario jugadores Diablo III

104	Ñop	06/06/2013 22:03
105	Nop	06/06/2013 21:54
106	No	06/06/2013 21:51
107	No	06/06/2013 21:37
108	Diablo 3 es un juego que durará muchos años e irá mejorando con el tiempo, es una de las principales razones que me animan a seguir, sé que esto difícilmente cerrará de un día para otro.	06/06/2013 21:23
109	no	06/06/2013 21:18
110	NO	06/06/2013 21:05
111	No	06/06/2013 20:48
112	no, esta todo bien	06/06/2013 20:40
113	deberían tener mas personajes	06/06/2013 20:01
114	no	06/06/2013 17:21
115	Creo que todo está nombrado	06/06/2013 17:14
116	no	06/06/2013 16:09
117	NO	06/06/2013 16:05
118	No	06/06/2013 15:53
119	NO	06/06/2013 15:34
120	Comparativa de sistemas de habilidades, runas y crafeo con respecto al resto de la saga Diablo	06/06/2013 15:04
121	Q pongan cosas chulis ya por dios	06/06/2013 14:53
122	No	06/06/2013 14:15
123	no	06/06/2013 14:11
124	que es francamente mejorable este juego y que debería desaparecer las dos casas de subastas	06/06/2013 13:58
125	No, está bien	06/06/2013 13:31
126	Diversión del juego	06/06/2013 13:26
127	no	06/06/2013 13:25
128	las cinematicas y la historia	06/06/2013 12:58
129	Es muy importante el sesgo que tendrá encuesta por el hecho de que sólo participará gente de los foros y el que mucha gente haya dejado de jugar ya.	06/06/2013 12:49
130	No, pero en la pregunta 37 no te define bien que es el 1 y que es el 5, yo lo he supuesto como 5 lo mejor y 1 lo peor. Saludos, buena encuesta.	06/06/2013 12:26
131	NO	06/06/2013 11:52
132	no	06/06/2013 11:36
133	Nada.	06/06/2013 10:28
134	La variacion de mi opinion sobre el d3 desde que salio (era, como juego y proyecto de software bastante malo) hasta hoy. Ha mejorado bastante tanto como juego como como proyecto de software	06/06/2013 10:03
135	No	06/06/2013 9:55
136	El precio del juego. En mi opinión es un juego caro, aunque en general todos los juegos de PC se han acercado a los precios de consola.	06/06/2013 9:45
137	Todo perfecto	06/06/2013 9:44
138	El porcentaje excesivo de las transacciones.	06/06/2013 9:11
139	al juego le falta contenido, palabras rúnicas, crafeo al estilo diablo 2, más mounstruos y mapas bastante más ámplios	06/06/2013 8:42
140	La avaricia rompe el saco.	06/06/2013 8:26
141	No.	06/06/2013 7:44
142	Drop malísimooooo	06/06/2013 7:38
143	Precio del juego y el valor en relación a él	06/06/2013 1:57

Cuestionario jugadores Diablo III

144	creo que no	06/06/2013 1:50
145	cuantos amigos juegan aun Diablo 3?/ Por que sigues jugando Diablo 3?	06/06/2013 1:43
146	No te temo nephalem	06/06/2013 1:38
147	no	06/06/2013 1:34
148	DIABLO 3 ES UNA BASURA, ESTOY ENGANCHADO PERO ME PIENSO DESENGANCHAR DE ESTA MIERDA, QUE DEJE DE TIMARNOS BLIZZARD!! ESTOY HASTA LA POLLA adios	06/06/2013 1:31
149	NO	06/06/2013 1:26
150	No	06/06/2013 0:59
151	NO	06/06/2013 0:48
152	La economía de Diablo 3 es algo interesantísimo, psicología pura, un reflejo del capitalismo salvaje del mundo real.	06/06/2013 0:36
153	no	06/06/2013 0:08
154	Las cagadas de Blizzard que tiraron a los jugadores para atras (Bugs, lag....)	05/06/2013 23:51
155	Modificar los aspectos de los personajes como en el World of Warcraft	05/06/2013 23:50
156	es una basura	05/06/2013 23:48
157	El rendimiento gráfico hay que mejorarlo, consume más de lo que debería incluso a calidad mínima, produciendo pequeños parones de vez en cuando que dificultan la jugabilidad (aun así estos parones se han visto notablemente reducidos con los parches, pero en ocasiones siguen molestando). Insisto, habría que mejorar el rendimiento gráfico...	05/06/2013 23:34
158	no	05/06/2013 23:28
159	Diferencias entre clases, ¿Qué entrega de la saga consideras la mejor y por qué?	05/06/2013 23:17
160	Todo perfecto	05/06/2013 22:53
161	la opinion acerca de las habilidades y su organizacion	05/06/2013 22:42
162	no	05/06/2013 22:37
163	no	05/06/2013 22:32
164	Nivel de satisfacción con respecto a MMORPG, por ejemplo en comparación con los de Blizzard	05/06/2013 22:31
165	No	05/06/2013 22:13
166	No	05/06/2013 22:12
167	Me hubiese gustado que "Diablo III" fuese como "Drakensang online"	05/06/2013 21:53
168	A mejorado muchísimo de lo que era a lo que és con el ultimo parche.	05/06/2013 21:53
169	Si, no tengo ganas de volver atras la pagina xD pero CREO que falta consultar un par de cosas.. Por ejemplo en mi caso yo juego porque me gusta pero soy conciente que muchas veces el juego me aburre o me da sueño (-D) pero lo juego igual porque tengo ciertas metas en el juego.. como llegar a paragon 100 con 1 personaje, realizar el 100 % de los logros.. luego enfocame en HC y "tratar" de llegar a 100 nuevamente.. Pero el punto es que juego a veces no tanto por diversion sino por solamente llegar a esos OBJETIVOS lo mas pronto que pueda. A mi parecer falto en conclusion la pregunta porque juegas diablo 3 (diversion, metas) falto el grado de monotonia (en mi caso opino que el 80 % en una escala del 10 al 100 %) y podria seguir pero me canse ya pasaron 20 minutos.. Buena encuesta pero CREO que faltaron algunas preguntas pero obvio que depende todo del fin que se le de o del motivo por la cual se realiza asi que me parece bien.	05/06/2013 21:51
170	no	05/06/2013 21:47
171	no	05/06/2013 21:42
172	Si fue adquirido con el pase anual de WoW. De haberlo comprado independientemente, me sentiría estafado	05/06/2013 21:29
173	Es un juego muuuuy mal optimizado, que segun el equipo funciona mal.	05/06/2013 21:18
174	No lo sé, pero lo que quería decir es que juego en incondicional, pero siempre fui un jugador del modo clásico en la saga diablo, pero debido a la ENORME falta de contenido juego en incondicional.	05/06/2013 21:17
175	Es el peor diablo que e jugado	05/06/2013 21:14
176	Por que apesta tanto diablo 3	05/06/2013 20:59
177	No	05/06/2013 20:55

Cuestionario jugadores Diablo III

178	La duracion del juego, en mi opinion, es el peor punto del juego. Dejando de banda la aparicion de legendarios (que sí a todos nos salieran los que queremos), acabariamos de jugar en cuatro dias.	05/06/2013 20:42
179	no	05/06/2013 20:35
180	las cinematicas, los arcangeles me encantan	05/06/2013 20:15
181	No	05/06/2013 20:12
182	Indicar todo está mejorando desde el parche 1.0.7	05/06/2013 20:01
183	No esta muy bien la encuesta	05/06/2013 19:52
184	No	05/06/2013 19:51
185	no especialmente	05/06/2013 19:43
186	no, muy completa	05/06/2013 19:29
187	Esta muy bien la entrevista un placer	05/06/2013 19:20
188	Por mi parte me parece que sería bueno conocer la implicación de la compañía/desarrolladores en la evolucion del juego, que ha mejorado pero esta muy lejos de ser lo que debería ser. Por mi parte no hay suficiente retroalimentacion por parte de la compañía. La comunidad aporta a diario gran cantidad de informacion a cerca de que se podría mejorar mientras que ha habido poca reacción por parte de la empresa. En resumen que la compañía esta poco involucrada.	05/06/2013 18:50
189	No, un placer. Saludos	05/06/2013 18:30
190	Lo monotono que puede llegar a ser el juego, y las pocas posibilidades de builds para hacer el maximo dps.	05/06/2013 18:20
191	No, pero en la pregunta 37 no me queda claro cual de los dos valores se corresponde como mayor nota si el 1 o el 5, no está especificado en el titulo de la pregunta y puede dar lugar a errores, yo particularmente lo e valorado siendo 1 la mayor puntuación posible.	05/06/2013 17:53
192	No	05/06/2013 17:41
193	no	05/06/2013 17:32
194	no	05/06/2013 17:23
195	La verdad es que está muy completa.	05/06/2013 17:01
196	NO	05/06/2013 16:54
197	El diablo3 va de comerciar y conseguir objetos, preguntar por el interes en los objetos es como preguntar por el interes en el propio juego	05/06/2013 16:54
198	NO	05/06/2013 16:51
199	No, está perfecto.	05/06/2013 16:51
200	Habría profundizado más en la casa de subastas, algunos amigos y yo a veces pasamos más tiempo ahí que jugando. Casi es un juego en sí misma.	05/06/2013 16:38
201	Expectativas de la gente hacia Diablo III, y algo sobre Blizzard North y la Blizzard actual.	05/06/2013 16:35
202	La falta del "PVP" y la enorme cantidad de errores del juego por parte de los desarrolladores.	05/06/2013 16:29
203	Si: Sigues jugando a diablo 2 ?	05/06/2013 16:08
204	Es posible que sea de interés conocer las expectativas de la gente sobre el juego. Por ejemplo, en mi caso espero que el abanico de objetos aumente drásticamente, o que redirijan el juego un poco hacia diablo 2 de nuevo.	05/06/2013 16:04
205	demasiada randomizacion de stats en los items	05/06/2013 16:04
206	no	05/06/2013 15:56
207	Creo que falta alguna pregunta acerca de la evolución dentro del juego de cada uno, como ha llegado a donde a llegado, donde y por qué se ha atascado, etc...	05/06/2013 15:54
208	El D2 se lo mea. Pero oye, el juego mola.	05/06/2013 15:51
209	La probabilidad de que en cualquier momento te puede caer el mejor objeto del juego =3	05/06/2013 15:51
210	Mejorar aleatoriedad de objetos (eliminar hachas que den inteligencia o escudo exclusivos para demon hunter)	05/06/2013 15:43
211	Rendimiento Gráfico poco aceptable	05/06/2013 15:40
212	El sistema de avance me parece horrible. Para que sea divertido hay que pasarse el juego 3 veces.	05/06/2013 15:36
213	no	05/06/2013 15:31

Cuestionario jugadores Diablo III

214	Juego por que me gusta y me divierte	05/06/2013 15:29
215	Actuación de la compañía	05/06/2013 15:11
216	Veo la encuesta bastante completa, habrá algo que señalar o añadir pero ahora mismo tengo ganas de acabar la encuesta e irme a la calle xD Nos vemos y suerte compañero. (Nefastwo in game)	05/06/2013 14:50
217	Quitaron el arbol de habilidades de la Beta.	05/06/2013 14:43
218	Si los mapas fueran mas aleatorios. Seguiría jugando.	05/06/2013 14:20
219	el precio del juego	05/06/2013 14:17
220	NO	05/06/2013 14:11
221	NO.	05/06/2013 14:03
222	Nada en especial.	05/06/2013 14:03
223	NO	05/06/2013 13:52
224	jay wilson apesta	05/06/2013 13:50
225	Buena caracterización de los personajes	05/06/2013 13:38
226	No.	05/06/2013 13:33
227	no	05/06/2013 13:19
228	No	05/06/2013 13:19
229	no	05/06/2013 13:12
230	Se hecha en falta una pregunta del estilo: "¿en general, estás satisfecho con la compra del producto?" Respuesta: No	05/06/2013 13:11
231	La atención al cliente	05/06/2013 13:11
232	Chupilandia, La falta de cubo horádrico y runewords	05/06/2013 13:10
233	NO	05/06/2013 13:08
234	NO	05/06/2013 13:03
235	Creo que falta un punto clave en los "intereses", que es la diversión pura y dura, echar un rato con los amigos y pasarlo bien. En ese aspecto DIII creo que está muy muy por encima de la media del mercado. Además creo que sería interesante para el trabajo obtener datos de horas totales jugadas en relación a la satisfacción, porque deben ser completamente ilógicas. Lo normal es que si un juego no te satisface no juegues y a qui parece ser al revés.	05/06/2013 13:01
236	Es complicado valorar en términos absolutos un juego con parches que modifica elementos jugables. Queda poco claro si se tiene que hablar de la última experiencia de juego o de la inicial.	05/06/2013 13:01
237	Ahondar mas en el problema del drop de objetos, que en el de la RMAH, el cual, desde mi punto de vista es el principal problema de este juego. Cada vez que sale el consejo "En mayores niveles obtendras mejores armas y armaduras" me descojono vivo.	05/06/2013 12:56
238	No	05/06/2013 12:53
239	NO	05/06/2013 12:50
240	No	05/06/2013 12:47
241	NOP	05/06/2013 12:21
242	Estamos jugando a una beta después de un año	05/06/2013 12:19
243	Está pregunta y encuesta no es para eso pero; Diablo 3 es una MIERDA	05/06/2013 12:17
244	Lo cierto es que no.	05/06/2013 12:11
245	En la RMAH estaría bien distinguir entre compras y ventas. Yo he puesto que la empleaba, pero lo cierto es que únicamente para vender por dinero real, y me consta que mucha gente también.	05/06/2013 12:10
246	Aburrido	05/06/2013 12:06
247	No	05/06/2013 11:51
248	no se me ocurre en este momento ninguno.	05/06/2013 11:42
249	No.	05/06/2013 11:32
250	NO	05/06/2013 11:13

Cuestionario jugadores Diablo III

251	no	05/06/2013 11:13
252	El doblaje es excelente.	05/06/2013 11:11
253	nada	05/06/2013 10:46
254	El porque de que la gente juegue sola y no con amigos o en multijugador.	05/06/2013 10:33
255	Estoy contento pero es mejorable y opino ademas que es necesario.	05/06/2013 10:31
256	Para mí, el principal fallo de Diablo 3 es no haber mantenido la ambientación oscura y opresiva de sus antecesores, además de contar con una historia bastante mala. Esto ha dejado al juego como uno más dentro de la temática de fantasía épica, y desgraciadamente es algo que ya no se puede corregir.	05/06/2013 10:14
257	me gustaba el chat de diablo 2, era mas visual y la portada del menu de juego en battlenet, con lo que te involucrabas en las conversaciones. Ahora simplemente es un pequeño chat en un lado de un canal cutre.	05/06/2013 10:13
258	No	05/06/2013 10:08
259	NO	05/06/2013 9:58
260	NO	05/06/2013 9:47
261	Valorar la atencion de los usuarios en el foro a nivel comunidad, tomar en cuenta las propuestas, responder dudas,	05/06/2013 9:34
262	Echo de menos el ambiente "tétrico" y "asfixiante" de diablos anteriores.	05/06/2013 8:54
263	No , ha sido muy completa.	05/06/2013 7:48
264	La falta de respeto mostrada por blizzard hacia los fans de la saga, y la falta de informacion que recibimos	05/06/2013 6:31
265	no	05/06/2013 5:42
266	No	05/06/2013 5:08
267	no	05/06/2013 4:34
268	Quizas de cara a las intenciones futuras, si la gente piensa seguir jugando y por ue razones	05/06/2013 3:26
269	No se habla del estado del juego en el lanzamiento y la evolución lenta que está teniendo	05/06/2013 3:17
270	NO	05/06/2013 3:15
271	La obligación de Online lo lastra.	05/06/2013 2:24
272	No he echado nada en falta, muy completo ;D	05/06/2013 1:53
273	No	05/06/2013 1:49
274	No	05/06/2013 1:24
275	Creo que se debería aludir a los problemas y ventajas de ser una chica que juega a Diablo, porque no hay muchas.	05/06/2013 0:34
276	NO	05/06/2013 0:25
277	NO	05/06/2013 0:22
278	NO.	05/06/2013 0:21
279	No	04/06/2013 23:47

