



Universidad de Valladolid

CURSO 2016-2017

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**Las dinámicas de comunicación en
las comunidades virtuales. El caso de
League of Legends.**

Alumna: Silvia López Carpizo

Tutor: Salvador Gómez García

Convocatoria: Julio 2017

Resumen:

El presente trabajo propone el análisis de las dinámicas de comunicación y el fenómeno de la toxicidad del videojuego con más jugadores del mundo, *League of Legends*, desde su calidad de comunidad virtual a través de la observación participante y la identificación del sentir de los usuarios a través de una encuesta. Las conclusiones señalan que la evolución de la comunicación en *League of Legends* tienden a la simplificación, con la consecuente pérdida de importancia de las herramientas textuales, y los comportamientos tóxicos tienen unas características propias que se adaptan a cada una de las herramientas de comunicación disponibles en el mismo.

Abstract:

The present work propose the analysis of the dynamics of communication and the phenomenon of the toxicity in the videogame with the biggest player base in the world, *League of Legends*, from its quality of Virtual Community through the participant observation and the gathering of users feedback with a survey. The conclusions indicate that the evolution of *League of Legends*' communication tends to simplify, resulting in the loss of importance of textual tools, and toxic behaviors has special characteristics adapted to each one of the available communication tools in the game.

Palabras clave: Comunidad virtual, toxicidad, comunicación, Internet, videojuegos, *League of Legends*.

Keywords: Virtual community, toxicity, communication, Internet, videogames, *League of Legends*.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN	4
2. HIPÓTESIS Y OBJETIVOS	6
2.1 Hipótesis de investigación	6
2.2 Objetivos de la investigación	6
3. METODOLOGÍA EMPLEADA	7
3.1 Diseño y procedimiento	7
3.2 Instrumentos utilizados	7
4. MARCO TEÓRICO: comunidades offline, online y virtuales	12
4.1 Comunidad tradicional	12
4.2 Comunidad virtual	13
4.3 Comunidad virtual en los videojuegos: los Massive Multiplayer Online Games (MMO) y el lado social del ‘gaming’	16
4.4 Casos comunicativos relevantes	20
4.4.1. Los MMORPG. El caso de <i>World of Warcraft</i> (WoW)	22
4.4.2. Los MMOBA. El caso de <i>League of Legends</i> (LoL)	23
4.5 Comportamientos perniciosos: la toxicidad en el ámbito del ocio digital	29
5. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LOS DATOS	32
5.1 Identificación de las herramientas de comunicación en <i>League of Legends</i> . Clasificación y explicación	32
5.2 Resultado y análisis de la encuesta	47
5.3 Resultado y análisis de los vídeos	55
6. CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	59
7. GLOSARIO DE TÉRMINOS	63
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	67

1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

La comunicación en Internet y la formación de comunidades virtuales, aunque estudiadas, son un tema sujeto a constantes cambios y ampliaciones. El vasto universo de la *World Wide Web*, sus innumerables aplicaciones y resquicios la convierten en un océano inexplorado poblado por infinitas formas y combinaciones de comunidad con dinámicas de comunicación diferentes, algunas difíciles de acceder o simplemente ignoradas por los teóricos por encontrarse en aguas muchos más profundas y turbias, en las que la única forma de distinguir sus mecanismos es introduciéndose de lleno en ellas.

Los videojuegos son una de esas especies infinitas, únicas y desconocidas. Y esa es el principal porqué de la realización de este trabajo.

Estos se han convertido en una de las principales formas de ocio de nuestro tiempo y su evolución, sobre todo en los últimos años, ha discurrido muy ligada con la comunicación. La llegada de Internet transformaba el pasatiempo de jugar a videojuegos en una aventura multijugador en la que la faceta social era y es, en muchos casos, una razón en sí misma para seguir jugando.

Los videojuegos son comunidades virtuales con herramientas propias y muy concretas; mas la comunicación y la comunidad relacionada con ellos no se limitan al juego en sí, sino que se extiende de manera horizontal a través de otras comunidades virtuales, creando una enorme red social multiplataforma, con blogs, videoblogs, medios de comunicación propios, emisoras y canales de televisión, etiquetas en redes sociales y enormes depósitos de fotografías, imágenes y textos en bases de datos online. Todo esto los convierte en pequeños o no tan pequeños mundos fascinantes en los que sus habitantes desempeñan horas y días de su vida.

En el presente trabajo, por tanto, se pretende identificar las estructuras comunicacionales, dinámicas y herramientas de comunicación existentes en las comunidades virtuales, y más concretamente en las comunidades virtuales de los videojuegos en línea. La singularidad de estas y el interés de su estudio se desprende de las razones de su conformación y existencia que, al contrario que en foros de debate y chats, el fin último de una comunidad de videojugadores no solo es la comunicación en sí misma, la obtención de información o el

intercambio de opiniones o idea. En las comunidades de videojugadores, como en el caso particular escogido para este trabajo, *League of Legends*, el del videojuego online con más usuarios activos en la actualidad, la comunicación es un paso intermedio necesario para coordinar fuerzas y alcanzar así el objetivo final: una recompensa que individualmente sería imposible de conseguir.

2. HIPÓTESIS Y OBJETIVOS

2.1. Hipótesis de investigación

H1. La evolución de las herramientas de comunicación dentro de partida en *League of Legends* tiende a la minimización del uso de las herramientas textuales.

H2. *League of Legends* tiene una comunidad extremadamente tóxica.

H3. La mayor parte de los comportamientos tóxicos se producen en partida.

H4. La causa principal de la toxicidad es la competitividad generada por el juego y reforzada por las mecánicas internas del mismo.

2.2 Objetivos de investigación

2.2.1. Objetivos principales

O1. Identificar las dinámicas de comunicación en la comunidad de videojugadores de *League of Legends*.

O2. Analizar el concepto de la "toxicidad" en comunidades virtuales y sus particularidades en *League of Legends*.

2.2.2. Objetivos secundarios

Os1. Valorar la evolución de las herramientas de comunicación en *League of Legends*.

Os2. Comprobar la intensidad de la toxicidad en la comunidad de videojugadores de *League of Legends*.

Os3. Determinar las posibles causas de los comportamientos tóxicos.

3. METODOLOGÍA EMPLEADA

3.1 Diseño y procedimientos

Para la realización de este trabajo se ha llevado a cabo una triangulación de técnicas para aproximarse con mayor eficacia al objeto de estudio. Entre ellas, se encuentran técnicas de tipo cualitativo y cuantitativo, como se explicará a continuación.

- Para identificar las dinámicas de comunicación dentro de *League of Legends* se consideró que solo la inmersión dentro del juego permitiría conocer a fondo el funcionamiento de las herramienta, su utilización por parte de los usuarios y la evolución de las mismas en el tiempo. Así se consideró pertinente la observación participante, llevada a cabo a través de horas de juego y experiencia de varios años como jugadora.
- En cuanto al concepto de toxicidad, para analizarlo más a fondo, se decidió realizar una encuesta a fin de conocer la percepción de los jugadores sobre la misma, su frecuencia de aparición e intensidad, sus causas y sus diferentes manifestaciones para así conseguir una definición de la misma corroborada por la propia comunidad que la genera y recibe. Con los datos obtenidos se elaboraron 8 gráficos de sectores, uno para cada pregunta.

3.2 Instrumentos utilizados

El objeto de esta encuesta es acercarse a la percepción de los usuarios de *League of Legends* para conocer de primera mano la cantidad, la forma, el medio, la localización, las causas remotas, la implicación de la comunidad y posibles soluciones con respecto a los comportamientos incívicos de los usuarios. El objetivo último de esta encuesta, por tanto, es acercarse a la toxicidad para poder definirla con exactitud ayudándose de la experiencia de los jugadores, los primeros afectados por ella.

1) Ha sido vd. objeto de comportamientos tóxicos o presenciado alguna vez estos fenómenos en *League of Legends*:

- a. Sí**
- b. No**

A través de esta pregunta se pretende determinar si la toxicidad es un fenómeno teórico o real dentro de la comunidad de jugadores de *League of Legends*.

- 2) Con qué frecuencia diría que ocurren estos comportamientos tóxicos:**
- a. Siempre**
 - b. Nunca**
 - c. Pocas veces**
 - d. Muchas veces**

La percepción sobre la frecuencia con la que se producen las comunicaciones tóxicas. Enlaza con la pregunta anterior, y si se cumple la hipótesis, el porcentaje de jugadores que afirman que nunca han presenciado comportamientos tóxicos serán pocos o, incluso, ninguno.

- 3) De las siguientes herramientas de *League of Legends* por cuál cree haber percibido más comportamientos tóxicos:**
- a. Chat de juego**
 - b. Pings**
 - c. Animaciones de personajes y maestría**
 - d. Foros y páginas externas al juego**

Con esta pregunta se pretende esclarecer por cuál de las herramientas descritas y analizadas en anteriores apartados del trabajo se producen con mayor frecuencia los comportamientos tóxicos. Esto no solo permite saber el medio por

el que se transmiten, sino que también arroja algo de luz sobre el tipo, puesto que estas herramientas están enfocadas a formas de comunicación diferentes y exclusivas.

4) Cuál suele ser la manifestación mayoritaria de toxicidad:

- a. Insultos**
- b. Spam**
- c. Ruptura de la experiencia de juego al resto de usuarios (feed intencionado, afk...)**
- d. Otros (añadir comentario)**

A través de esta pregunta se puede conocer cuál es el formato más común de la comunicación tóxica según la percepción de los usuarios. Cabe destacar que si bien el comportamiento tóxico suele ir ligado a varios de los comportamientos presentes en la encuesta y no solo a uno, con esto se pretendía cribar y determinar cuál de ellos predomina, aunque sea ligeramente, frente al resto. La opción de “Otros” permite a los usuarios indecisos referirse a varias de las anteriores a la vez.

5) Cuál considera, de acuerdo a su experiencia personal, la causa de estos comportamientos tóxicos:

- a. Competitividad**
- b. Funcionamiento interno del juego (mecánicas, meta...)**
- c. La causa no es el juego; es la gente**
- d. Otros (añadir comentario)**

En esta pregunta se ofrecían como respuestas algunas de las posibles causas remotas para el comportamiento incívico de los usuarios. De nuevo, la etiqueta

“Otros” permite a los encuestados seleccionar varias de las anteriores o añadir una nueva que crean relevante.

6) En qué tipo de partidas cree que son más frecuentes los comportamientos tóxicos:

a. 5v5 normal

b. Ranked

c. 3v3 normal

d. Aram

Esta pregunta permite localizar la toxicidad según los tipos de juegos existentes dentro del propio *League of Legends*. Asimismo a través de esta pregunta se pretendía establecer un vínculo entre la toxicidad y la competitividad a través de la elección de los usuarios. Si la más votada era la partida clasificatoria, el papel central de la competitividad es innegable, pues, por ejemplo, entre la respuesta a) y b) la única diferencia que versa entre ambas es este clima de competición.

7) Utiliza vd. las herramientas puestas a disposición de los usuarios por Riot para localizar comportamientos tóxicos en cuanto descubre uno de estos fenómenos:

a. Siempre

b. Nunca

c. Solo en casos muy graves

d. Muchas veces, aunque alguna vez no lo he hecho

A través de esta pregunta se pretende conocer la cantidad de usuarios del juego *League of Legends* que castigan la toxicidad cuando la localizan, así como el compromiso de la misma contra este tipo de comportamientos.

8) Cree que las herramientas que Riot pone a disposición de los usuarios son suficientes:

a. Sí

b. No

Con esta pregunta se pretende la evaluación de los usuarios de las herramientas creadas por Riot y las medidas existentes para intentar localizar y acabar con los comportamientos tóxicos. El “Sí” implica que el usuario considera que las herramientas son suficientes y, por tanto, eficaces. Por otra parte, el “No” significa que el jugador no confía en las herramientas del juego o las considera ineficaces para acabar con los comportamientos tóxicos.

9) Si ha contestado No a la anterior pregunta, explique brevemente qué medidas, de acuerdo a su opinión, deberían implantarse para acabar con la toxicidad.

Este apartado tiene como función permitir al usuario opinar sobre por qué las herramientas de Riot son insuficientes y proponer algunas otras. A través de ella se pretende llegar a nociones más específicas, a opiniones particulares de usuarios descontentos, conocer sus razones y qué cambios o añadidos, según su propia experiencia en *League of Legends*, podrían acabar con la toxicidad o mejorar la comunidad.

4. MARCO TEÓRICO

4.1. La comunidad tradicional

Las comunidades virtuales provienen de la comunidad tradicional tanto, en su significado como en sus características. Etimológicamente la palabra comunidad tiene su origen en la latina *communis*, que quiere decir “en común”. Se refiere con estas palabras a un grupo de personas con una relación recíproca que se encuentran unidas por una obligación común que deben cumplir (Corominas, 1987). La palabra está relacionada asimismo con co-munio, que significa “fortificar entre todos” y que era utilizada a partir de mediados del siglo XV. Etimológicamente la palabra comunidad tiene su origen en la latina *communis*, que quiere decir, en común. Se refiere con estas palabras a un grupo de personas con una relación recíproca que se encuentran unidas por una obligación común que deben cumplir (Corominas, 1987). La palabra está relacionada asimismo con *co-munio*, que significa “fortificar entre todos” y que era utilizada a partir de mediados del siglo XV.

Otros autores, como Wilbur (1997), indican que por su procedencia del término común, se refiere a personas que comparten elementos comunes, y se refiere entre otras a cualidades, propiedad, ideas o identidades.

El teórico alemán Tönnies (1974), en su obra *Comunidad y sociedad*, donde intentaba concretar una y otra y establecer sus diferencias, habla del término comunidad como una forma de vida exclusiva e íntima, asimismo considera la comunidad como una tendencia natural, algo orgánico y no mecánico, creado, como la sociedad “unidad perfecta de la voluntad humana que se conserva a pesar de la separación empírica”. De acuerdo a esto, Tönnies establece tres tipos de comunidad de acuerdo al lazo que las crea:

- 1- Relación comunitaria de descendencia: basada en la consanguinidad.
- 2- Relación comunitaria de vecindad: basada en la convivencia.
- 3- Relación comunitaria de amistad: basada en la cercanía espiritual y afinidad.

Aproximaciones más modernas, han abordado dicho concepto de comunidad desde la psicología para establecer las funciones de la experiencia subjetiva de

pertenencia a una colectividad determinada con una red de relaciones de apoyo mutuo y de confianza.

Como elementos propios, establece tres:

- 1- Similitud entre los individuos que conforman la comunidad.
- 2- Reconocimiento de una interdependencia y voluntad de mantenerla.
- 3- Sentimiento de pertenencia.

Asimismo, también clasifica las comunidades en dos grandes grupos:

- 1- Comunidad entendida como localidad (basado en la cercanía física)
- 2- Comunidad entendida como grupos relacional

Es en este segundo grupo, en el que Maya Jariego (2004) incluye como ejemplo una comunidad virtual de cuidadores de personas con alzheimer, que independientemente de su lugar geográfico, funcionaban como un grupo de auto ayuda y que tenía su base en el sentimiento de pertenencia de los integrantes. Por último, también es interesante la indicación de Gurrutxuaga (1991) que establece que es una formación motivada por la necesidad de pertenencia e identidad de los seres humanos.

4.2. Comunidad virtual

Las definiciones anteriores tienen en común la agrupación de personas con una serie de elementos comunes, un deseo recíproco de conformar esa unidad orgánica respetando y velando por el cumplimiento de una serie de obligaciones que tienen vigencia en el espacio geográfico y físico común que comparten. Ese sentido es una de las principales diferencias con el concepto actual de comunidad virtual.

Las nuevas tecnologías, principalmente Internet, facilitan el contacto entre personas sin importar las distancias físicas; la proximidad atiende en muchos casos al sentimiento de cercanía desarrollado mediante la interacción interpersonal independientemente del medio utilizado (mensajería instantánea, videollamadas, etc.), que a la distancia real. Castells (2001) considera que gracias a Internet la conformación de la comunidad se construye no sobre la

base del territorio común y las raíces territoriales, sino desde las afinidades comunes. Aunque ambas comunidades conviven sin que la una sustituya a la otra, complementándose.

4.2.1. Definición de Comunidad Virtual

Rheingold (1993) establece que las comunidades virtuales son agregados sociales que surgen en la Web, sostenidos por una cantidad suficiente de gente que consigue mantenerse en el tiempo a través de las relaciones personales que se generan en el ciberespacio.

Los autores F. Henri y B. Pudelko (2003), por su parte, consideran que existen tres características claves para considerar a una agrupación de personas en la red como una comunidad virtual. Estas características serían: en primer lugar, la intencionalidad de la creación, en segundo lugar, los métodos de creación y, por último, la evolución de las metas y las formas de reunión de la comunidad.

Por otra parte, Wellman (2002), considera que Internet y la llegada de las comunidades virtuales ha desembocado en la redefinición del término de comunidad, que pasaría a ser “una red de lazos interpersonales que proporcionan sociabilidad, apoyo, información, un sentimiento de pertenencia y una identidad social” (Barry Wellman, 2002, pp.153).

4.2.2. Tipos de Comunidad Virtual

Henri y Pudelko (2003) establecen los tipos de comunidad de acuerdo a las tres características clave enumeradas en el anterior apartado: intencionalidad de creación, método de creación y, por último, evolución de las metas y formas de reunión de la comunidad. Con esto, configuran cuatro perfiles de comunidad virtual que van de mayor a menor cohesión entre sus usuarios:

- 1) Comunidad de intereses
- 2) Comunidad de intereses con una meta concreta
- 3) Comunidad de aprendizaje
- 4) Comunidad de práctica

Por otra parte, Hagel y Amstrom (1997) establecen dos tipos de comunidades dependiendo de a quién están dirigidas, a usuarios u organizaciones, y a partir de ahí distigue:

a) Para usuarios:

- 1) Geográficas
- 2) Temáticas
- 3) Demográficas
- 4) De ocio y entretenimiento
- 5) Profesionales
- 6) Gubernamentales
- 7) Eclécticas

b) Para organizaciones:

- 1) Verticales
- 2) Funcionales
- 3) Demográficas

4.2.3. Formas de comunicación en las comunidades virtuales

Morris y Ogan (2006) han desarrollado 4 modelos diferentes de comunicación en Internet dependiendo del momento en el que ocurren y las personas implicadas, tres de tipo asincrónico, es decir no coincidentes en el tiempo y una de tipo de sincrónico, coincidente en el tiempo:

1) Asincrónicas:

- Entre dos individuos (1 a 1), como puede ser un correo electrónico
- Entre muchos individuos (muchos a muchos), como los foros de discusión o los boletines de noticias
- Entre muchos individuos, o entre individuos o de varios individuos a uno solo (1 a 1, varios a 1, muchos a muchos...), es el caso de

las páginas Web a las que el receptor acude buscando esa información en concreto.

2) Sincrónicas:

- El caso de los chats, que puede ser de una comunicación individual o colectiva (1 a 1 o 1 a muchos) y que ocurre en el mismo espacio de tiempo.

Por su parte, Ramón Salaverría (2004) establece una serie de características para determinar los tipos de comunicación en Internet más allá del carácter asincrónico o sincrónico de las comunicaciones:

- 1) Autoría: individual, colectiva o institucional, dependiendo quién pretende difundir la información.
- 2) Direccionalidad: unidireccionalidad, bidireccionalidad o multidireccionalidad.
- 3) Visibilidad: privada o pública.
- 4) Acceso: recepción, consulta o búsqueda.
- 5) Temporalidad: simultánea o diferida.

4.3 Comunidad virtual en los videojuegos: los Massive Multiplayer Online Games (MMO) y el lado social del 'gaming'

Las posibilidades de conexión que habilitó Internet permitieron una evolución del videojuego orientada a la creación de redes de jugadores. Una modalidad que se define como multijugador y que consiste en la interacción social con otros jugadores. Internet, por tanto, hizo que los juegos, que en la mayoría de las ocasiones eran experiencias solitarias, se convirtieran en auténticas comunidades virtuales, propiciando la creación de juegos de tipo mundo abierto preparados para ser poblados por jugadores con inteligencia y conciencia propia, sin necesidad de recurrir a la inteligencia artificial y a los cuadrículados y repetitivos diálogos de los personajes no jugables (non playable characters o NPC, en inglés).

La comunidad dentro del juego es la base de los MMO o Massive Multiplayer Online Games, traducido al castellano como Videojuegos Multijugador Masivos en línea. Acogiéndose literalmente a las palabras que comprenden el nombre de este tipo de juegos, la categoría de MMO debería englobar a todos los juegos que permitan la interacción entre jugadores a través de Internet, independientemente de que sean de tipo mundo abierto, de rol o de estrategia. En esta línea, Ruth Martínez afirma que “bajo la denominación MMOG se agrupan todos los juegos online multijugador masivos con independencia de su género” (Martínez, 2009, pp.11). El mundo de los MMO se ha ido ensanchando conforme lo hacía la banda de Internet que llegaba a los hogares. La conversión de las consolas de Sony (Playstation) y Microsoft (Xbox) en centros multimedia capaces de navegar en Internet incrementó también el número de juegos que contaban con un modo multiplayer online.

A pesar de esto, muchos autores acogen bajo la definición de MMO solo a los MMORPG, es decir, los juegos multijugador en línea de rol.

Así, por ejemplo, Julián Kopp (2015) define los MMORPG como “juegos de rol en línea que retoman elementos de los juegos de rol tradicionales (también llamados de *pen and paper*), en los que cada jugador posee un personaje o avatar que lo representa en el mundo fantástico del juego en cuestión. En ese mundo otros jugadores se encuentran conectados simultáneamente e interactuando en tiempo real junto con personajes controlados por el motor del juego (personajes no jugables o PNJ)” (Kopp, 2015, pp.3).

La posibilidad de juegos abarcables por la etiqueta MMO es tan amplia como la propia lista de géneros existentes. Simone Belli y Cristian López Raventós, por su parte, opinan que la categorización de los videojuegos depende de “su representación gráfica, el tipo de interacción entre el jugador y la máquina, la ambientación y su sistema de juego, siendo este último el criterio más habitual a tener en cuenta”(Belli y Raventós, 2008, pp.9).

Entre la clasificación que realizan estos dos autores se encuentran: los *beat them up*, de lucha, de acción en primera persona (FPS), en tercera persona, de infiltración, de plataformas, de simulación de combate, arcade, de deportes, de carreras, de agilidad mental, de educación, aventura clásica, los musicales, *party*

games y, por último, los juegos online. Aunque añaden que normalmente los géneros son difusos y aparecen mezclados.

4.3.1. Comunidad de videojugadores y tipos de MMO

Existe un estereotipo negativo generalizado del videojugador en todo el mundo (solitario, huraño, encerrado en su habitación sin ver la luz del sol, socialmente inepto, etc.) consolidado en nuestra cultura a través de películas, libros y los medios de comunicación. Estos últimos sobredimensionan las noticias relacionadas y con intencionalidad o no, colocan a los videojuegos como principales culpables de sucesos que en otras circunstancias en las que no hubieran estado presentes no habrían llamado su atención, creando en la mente de los espectadores una relación irreal entre éstos y problemas mentales, sociales o de salud. Algunos ejemplos de estas situaciones, a pesar de su carácter anecdótico, han aparecido en los medios de comunicación:

Primero, el caso de unos surcoreanos que, presuntamente, por cuidar a un bebé virtual dejaron morir a su hijo o, segundo, el de un joven de Shanghai que falleció tras jugar durante 19 horas seguidas. Ambos trascendieron a medios españoles y contaron con gran repercusión en redes sociales, a pesar de que son pocas las noticias que llegan normalmente de ambos países a España.

Los MMO, sin embargo, enfrentándose a este estereotipo, poseen un marcado carácter social que, en algunos casos, se convierte en un factor clave de su éxito de ventas. La formación de comunidades en este tipo de juegos funciona de la misma forma que las comunidades de mamíferos a lo largo de la historia, lo cual incluye, por supuesto a la humana: la supervivencia. En el caso de los videojuegos tipo MMO, la interdependencia, la condición de necesidad mutua de interacción y ayuda entre los miembros de los grupos que la componen, es la base de su funcionamiento y la única que permite acceder al contenido completo del juego.

Como una forma de ecosistema virtual, en los videojuegos localizamos diferentes personalidades, culturas, edades o formas de pensar, amparados por el paraguas de un mismo pasatiempo: jugar. De hecho, algunos teóricos, entre ellos, Zagalo y Gonçalves (2013), defienden el factor social como una de las

claves para mantener jugadores activos. En esta misma dirección, Richard Bartle (1990) distingue cuatro factores que permiten una clasificación de los usuarios de videojuegos dependiendo de cuál o cuáles son sus metas principales dentro del juego y sus decisiones:

- Conseguir logros
- Explorar el juego
- Socializar con el resto de jugadores
- Imposición sobre el resto de jugadores

Gráfico 4.1. Clasificación de jugadores



Fuente: Elaboración propia basado en Bartle (1996).

Estos cuatro intereses, darían lugar a cuatro perfiles de jugadores:

- El cazador de logros (achiever)
- El explorador (explorer)
- El socializador (socialiser)
- El asesino (killer).

En cuanto a los principales géneros dentro de los MMO serían 3 (Tomei, 2010):

1. MMORPG o Massive Multiplayer Online Role Playing Game.

2. MMORTS o Massive Multiplayer Online Real Time Strategy.
3. MMOFPS o Massive Multiplayer Online First Person Shooter.

Cada uno de ellos posee unas características, planteamientos y metas diferentes. Esto también se refleja en la forma en la que sus jugadores se relacionan entre unos y otros, haciéndolos más o menos cooperativos.

A pesar de ser considerado en muchos casos un subgénero del MMORTS, existe una categoría de nuevo cuño que discurriría paralela a los tres géneros de Tomei (2010): los Massive Multiplayer Online Battlefield Arena o MMOBA, los cuales se describirán más adelante en profundidad por su importancia en este trabajo.

4.4 Casos comunicativos relevantes.

De entre el amplio abanico de casos dentro de los géneros anteriormente expuestos, se dará especial relevancia a los juegos que han tenido un mayor impacto en la historia de los MMO. Para ello, se ha elegido un MMORPG y un MMOBA.

Para la selección del juego en particular, se ha tenido en cuenta el impacto en forma de cantidad de jugadores y mayor relevancia o fama, pues la base de la comunicación y de la sociabilidad está, como no podía ser de otra forma, en la comunidad del juego en cuestión.

Por parte de los MMORPG, el *World of Warcraft* ha sido y sigue siendo uno de los referentes del género, con un gran número de jugadores a pesar una cierta tendencia a la baja a partir de 2010, seguramente por el surgimiento de multitud de juegos gratuitos del mismo género.

A continuación, se muestra en el gráfico 4.1 un gráfico de las variaciones de suscriptores en *World of Warcraft* desde el año 2005 hasta el 2015.

Gráfico 4.1. Suscriptores del *World of Warcraft* desde 2005 hasta 2015



Fuente: Statista.com

Asimismo, el caso a elegir del género MMOBA es el del *League of Legends*, por ser el poseedor del mayor número de jugadores dentro de su género y, por extensión, también el MMO más jugado del mundo en estos momentos, muy lejos de sus inmediatos seguidores.

Gráfico 4.2. Reparto en cantidad de jugadores del mercado de los juegos tipo MMOBA



Fuente: Eedar.com

4.4.1. Los MMORPG y el caso de *World of Warcraft*

World of Warcraft (WoW) es un MMO tipo RPG lanzado en el año 2004. Está ambientado en el mundo fantástico de la franquicia Warcraft de Blizzard, Azeroth, en el cual conviven diversas razas de criaturas humanoides con su propia historia, cultura y mitología. En la actualidad está compuesto por 6 expansiones que amplían la historia principal. Dependiendo de en cuál se esté jugando, el objetivo a alcanzar por el jugador varía. Aunque al igual que todos los RPG, la meta general del juego se puede simplificar a realizar misiones y matar enemigos para subir de nivel, mejorar al personaje jugable, conseguir equipamiento, ganar habilidades para hacerlo más fuerte y resistente y poder así derrotar al enemigo o enemigos finales del juego.

3.4.1.1. El género MMORPG

Es un género de videojuegos, incluido dentro de la categoría de MMO, ambientados habitualmente en mundos fantásticos, en los que los jugadores eligen y crean personajes (aparición física, clase, habilidades, raza, profesión, etc.) con los que van avanzando el juego gracias al cumplimiento de una serie de objetivos y misiones que les aportan experiencia para subir de nivel y adquirir nuevas habilidades.

Los jugadores, que se conectan simultáneamente a uno o varios servidores y se pueden comunicar entre sí, lo cual a menudo lleva a la creación de lazos de amistad dentro del juego.

Los MMORPG Están inspirados en los juegos de rol de papel y dados tipo *Dungeons & Dragons*, en los cuales los jugadores interpretan a un personaje y lo dirigen para intentar completar los objetivos y vencer los desafíos que fija el *Game Máster* (persona que dirige el juego).

Cabe destacar como característica de los MMORPG, que el universo es persistente, lo que quiere decir que su existencia no depende de los jugadores.

Martínez López (2011) distingue como predecesores de los MMORPG actuales a los Multi User Dungeons (MUD) o Mazmorras multi usuario, en castellano, en las cuales la interacción entre usuarios no ocurría en escenarios gráficos, sino sobre códigos y a través de comandos.

4.4.1.2. *El lado social de World of Warcraft: los gremios*

El WoW, como MMO, tiene en sí mismo un marcado carácter social. En su seno, la materialización de la comunidad estaría en las 'guilds' o gremios, grupos a los que los jugadores se pueden asociar para socializar o jugar con otra gente. Hay diferentes tipos de gremios enfocados a jugadores de diversos perfiles. Por ejemplo, puede haber 'guilds' de personas con una misma religión o partidarios de una ideología política concreta del mundo real. U otras con miembros centrados en el juego *player versus player* (*pvp*, contra jugadores) o *player versus environment* (*pve*, contra la inteligencia artificial).

A partir de unirse a un gremio, el jugador accederá a una jerarquía de rangos dentro del gremio y podrá comunicarse con sus compañeros por un chat específico al que solo pueden acceder los miembros. Por este chat se realizan conversaciones relacionadas con aspectos del juego o a veces con aspectos de la vida real de los jugadores.

Es habitual que a través de los gremios se celebren eventos, como fiestas o cacerías para jugar juntos.

4.4.2. Los MMOBA y el caso de *League of Legends*

La empresa desarrolladora del *League of Legends*, Riot Games, incluye esta definición del juego en el apartado de su página web: "es un juego competitivo en línea de ritmo frenético, que fusiona la velocidad y la intensidad de la estrategia en tiempo real (ETR) con elementos de juegos de rol. Dos equipos de poderosos campeones, cada uno con un diseño y estilo de juegos únicos, compiten cara a cara a través de diversos campos de batalla y modos de juego. Con un plantel de campeones en constante expansión, actualizaciones frecuentes y un emocionante panorama competitivo, *League of Legends* ofrece posibilidades de juego ilimitadas a usuarios de todos los niveles de habilidad".

Sin embargo, esta se trata de una definición superficial y con un marcado carácter publicístico. Para conocer mejor el *League of Legends*, hay que

profundizar en la historia reciente de su género y en la excepcionalidad de su creación.

El ejemplo de los MMOBA va como anillo al dedo para ilustrar la conformación de comunidad y el poder de la misma, aparte de ser una razón más para la elección de *League of Legends* como caso de estudio para este trabajo.

4.4.2.1. El género MMOBA y sus particularidades

El MMOBA se trata de un género de reciente creación y por ello, aún en proceso de definición. Johansson *et al.*(2015) consideran amparados por la etiqueta del género MMOBA a todos los juegos que consisten el enfrentamiento de dos bandos -generalmente formados por 5 jugadores cada uno- emparejados de manera aleatoria, por lo que no se conocen entre sí y se ven obligados a aprender a colaborar durante la partida-.

El jugador utiliza un único personaje (campeón o héroe) con unas características y estadísticas que le encasillan en un rol determinado en el enfrentamiento (*carry*, asesinos, *bruiser*, tanque, *healer* o jungla). La tipología del personaje condicionará las elecciones de compra de armas y objetos en el juego o la forma en que se enfrentará a los enemigos en combate (más agresiva o más defensiva). La combinación de los diferentes integrantes del equipo y la estrategia que sigan será clave para superar al equipo rival, llegar hasta su base y destruir su construcción principal, el “nexo”.

El mapa de los juegos de este género posee una estructura idéntica: un mapa cuadrado cruzado por tres calles que van de una base a otra, entre ellas una jungla con monstruos neutrales que al ser destruidos aportan experiencia y oro al jugador para subir de nivel y aumentar las características base del personaje. El detalle de dicho escenario de juego puede apreciarse en la imagen 4.1.

Imagen 4.1. Vista cenital del mapa principal de *League of Legends*, La Grieta del Invocador



Fuente: surrenderat20.net

A lo largo de estas calles, hay seis enclaves estratégicos en los que se encuentra una torreta (hay un total de tres por línea para cada equipo) distribuidas respetando una distancia entre unas y otras. Además, este tipo de juegos tienen la particularidad de contar con unos seres (minions) controlados por inteligencia artificial que surgen cada cierto tiempo de ambas bases, avanzando por las calles y dificultando así la tarea de derribar las torres y llegar a la base enemiga.

Algunos teóricos, como Nosrati y Karimi (2013), consideran los MMOBA un subgénero de los *Massive Multiplayer Online Real Time Strategy* (MMORTS o RTS), por sus raíces. Los RTS basan en el enfrentamiento de dos jugadores a cargo de dos ejércitos diferentes, que a través de la gestión de recursos, el control de unidades militares, desarrollo tecnológico y construcción de bases y edificios, pretende acabar con el contricante. Las batallas se producen en tiempo real y el enfrentamiento entre ambos ejércitos culmina con el aniquilamiento, generalmente, de todo el ejército y base enemiga de uno de los jugadores.

Otros teóricos, sin embargo, consideran al MMOBA un género completamente nuevo, pero influenciado por otros géneros como el RTS, del que procede, o el RPG, como señalan Antón y García (2014).

Nuangjumnonga y Mitomo (2012), por su parte, consideran que la confusión que lleva a creer que el MMOBA es un subgénero del RTS es por la otra denominación con la que se le conoce: *Action Real Time Strategy* (ARTS), y que por ello, para evitar esta confusión es preferible la elección del nombre MMOBA para este tipo de videojuegos.

El paso del MMORTS puro al MMOBA fue de la mano de la comunidad, pues el mapa base de este nuevo género tiene su nacimiento en el mapa *custom* (personalizado) que un usuario del juego *Starcraft*, de la compañía norteamericana Blizzard, creó gracias a la herramienta de edición (*Staredit*) proporcionada por la propia compañía para permitir a los usuarios modificar algunos aspectos del juego original e implementarlos.

Así nació el mapa “Aeon of Strife” (AoS), que ya poseía algunos de los aspectos básicos de funcionamiento y apariencia del género MMOBA, como las tres calles o los *minions* dirigidos por inteligencia artificial avanzando por las tres calles.

Ese mismo mapa, con algunos cambios que lo acercarían más al MMOBA tal y como se entiende hoy en día, sería después adaptado a otro juego de la misma compañía, el *Warcraft 3: “Defense of the Ancient”* (DotA).

Gracias al trabajo de numerosos jugadores, DotA continuó creciendo hasta adquirir importancia entre ciber atletas dedicados a los e-sports, convirtiéndose como resalta Ferrari (2013), en el primero creado por una comunidad de videojugadores.

En el año 2008, sin embargo, algunas compañías no tardarían en replicarlo, muchas de ellas de la mano de aquellos iniciales jugadores que participaron en la creación del primer MMOBA y que fueron contratados por gigantes como Valve, Blizzard y otras empresas independientes.

Así nació *League of Legends* y algunos años después los más representativos títulos del género, como *Dota2* de Valve (la utilización de este nombre provocó cierta controversia, pues la creación del primer DotA pertenecía a los jugadores o, teniendo en cuenta que fue construido como una modificación del *Warcraft 3*,

a Blizzard), *Smite* de Hi Rez Estudios o *Heroes of the Storm* de Blizzard, entre otros.

4.4.2.2. Relevancia e importancia cuantitativa y económica

El *League of Legends* es a menudo considerado el MMOBA por excelencia, el que mejor supo mantenerse “espiritualmente” fiel al *DotA* original, lo cual sería una de las claves de su éxito frente a otros MMOBA, que han intentado hacerse, sin conseguirlo, con parte del mercado del LoL. A pesar de no poseer las mismas mecánicas que el *DotA*, la posibilidad de tener una cuenta propia en la que ir desbloqueando campeones jugando o un número de personajes jugables en continua expansión, son elementos que resultan muy atractivos a los jugadores.

El LoL posee los elementos base del género (mapa con tres calles, torres, etc.), además de varios modos de juego que alteran levemente algunas de estas características, como es el caso del mapa del “Bosque retorcido” (dos equipos de tres jugadores cada uno; solo hay dos calles y la jungla) o el “Abismo de los lamentos” (también llamado ARAM –*All Random All Mid*-, un género nacido de una partida *custom* que se creaba en el propio juego inicialmente en el mapa de 5v5, en el que los personajes se elegían de manera aleatoria y todos iban a la calle central, volviendo el juego más rápido y caótico; el caso del mapa del Abismo de los lamentos está diseñado específicamente para jugar de este modo, por ello solo tiene una calle).

Respecto a su relevancia dentro del mercado de videojuegos, el pasado mes de septiembre del año 2016, los cofundadores de Riot Games, Marc “Tryndamere” Merrill y Brandon “Ryze” Beck, dieron una cifra en una entrevista exclusiva con Polygon, una web americana que cuelga críticas, noticias y otro tipo de contenidos sobre videojuegos: más de 100 millones de jugadores de *League of Legends* cada mes, una cifra que casi dobla la que dio la compañía dos años antes, en 2014, cuando el número de jugadores mensuales era de 67 millones.

Por su parte, la empresa de estadística Eedar prevé en una de sus encuestas un futuro próspero para Riot Games en el mercado de los MMOBA (66,3% del marketshare o participación), con unos números muy superiores a los inmediatos seguidores, *Dota2* (14%) y *Heroe’s of the Storm* (7%).

En 2015, una gráfica de la página de estadísticas Statista revelaba también que *League of Legends* era el juego en el que más tiempo invierten los jugadores, a pesar de que en el ranking figuraban una gran variedad de videojuegos, tanto multijugador (MMO, por ejemplo, el gigante WoW) como individual (*Fallout 4*).

Pero *League of Legends* no solo destaca por su enorme comunidad de jugadores; los mundiales de este ahora popular e-sport despiertan pasiones y reunieron una audiencia de 334 millones de espectadores únicos en todo el mundo en el año 2015. Las cifras oficiales de los mundiales de este año 2016 aún no se han hecho públicas, pero se prevé que, como ocurrió en años anteriores, se incrementen.

En cuanto a la importancia económica, en el año 2015, la empresa detrás del famoso MMOBA *League of Legends*, ingresó 1.628 millones de dólares gracias al sistema de micropagos, (lo cual tiene su mérito, teniendo en cuenta que *League of Legends* es *free to play*), convirtiéndose en el juego que más ingresos generó en el año 2015.

4.4.2.3. Comunidad y comunicación

La super poblada comunidad del *League of Legends* se caracteriza, además de por su alto nivel de implicación y participación, por su toxicidad.

Para las formas de comunicación, Jux Buendía (2014) diferencia diferentes niveles:

- Primer nivel: chat 'in game', se utiliza durante la partida para comunicarse con el propio equipo o el contrario.
- Segundo nivel: chat anterior a la partida, generalmente se usa para elegir la calle a la que se va o la estrategia
- Tercer nivel: chat privado, para hablar con amigos agregados, salas de chat privado en la que puedes incluir a gente que tienes agregada o el chat general, al que pueden acceder todos los usuarios de *League of Legends*
- Cuarto nivel: el foro oficial

- Quinto nivel: foros *fanmade* o externos al *League of Legends*, redes sociales o la plataforma YouTube, donde abundan vídeos de jugadas, parodias o noticias sobre el juego.

4.5. Comportamientos perniciosos: la toxicidad en el ámbito del ocio digital

Según Kwak *et al.* (2014), la toxicidad se genera mediante el comportamiento hostil (también referido como ‘tóxico’) de los jugadores, conocido asimismo como *ciberbullying* o ciberacoso, que consiste en una forma de actuar lesiva, que viola las normas, provoca dolor y causa un daño que afecta a la víctima incluso después del momento en el que ocurre. Por su parte, Märtens *et al.*(2015) consideran que el comportamiento tóxico normalmente se caracteriza por la utilización de palabras malsonantes o hirientes para insultar o humillar a otro jugador, sin embargo es un fenómeno difícil de medir porque a veces los insultos no son tales, sino muestras de ironía o comicidad. Aunque cabe destacar que el comportamiento tóxico no se limita al plano de la comunicación y también puede producirse mediante acciones.

4.5.1. La toxicidad en los MMORPG y el caso del *World of Warcraft*

A pesar de que por lo general el *World of Warcraft* y por extensión los MMORPG no poseen una comunidad especialmente tóxica, sí existen algunos comportamientos que molestan a los usuarios y son considerados indeseables.

Entre ellos destacan dos:

- El “campeo” de cadáveres: se refiere a matar a un jugador de la facción contraria y esperar junto al cadáver a que resucite para volverlo a matar aprovechando su posición de debilidad, obstaculizando así su avance en el juego. Este comportamiento puede ser realmente frustrante para la víctima.
- El “spam”: se utiliza en los mismos términos que en el caso del correo basura. Se refiere a la repetición de mensajes y colapso del chat. Puede ser desde un anuncio de venta de objetos, pasando por frases o palabras malsonantes, hasta insultos, etc.

4.5.2. La toxicidad en los MOBA y el caso del *League of Legends*

La toxicidad de los juegos de tipo MMOBA quizás podría venir de la mano del sistema de *matchmaking* (emparejamiento de jugadores), que obliga a coordinar a un equipo de 5 personas que no se conocen de nada, y su elevado grado de competitividad. Este tipo de comportamientos son una mancha siempre patente en los títulos más populares de este género y razón para que algunos jugadores finalmente los abandonen o no lleguen a participar nunca en ellos por miedo.

En este sentido, Jux Buendía (2014) resalta que la comunidad de *League of Legends* posee una fama especialmente precaria en este aspecto, y es considerada por muchos jugadores la peor comunidad de los videojuegos online.

Märtens *et al.*(2015) señalan como dos ejemplos de comportamientos tóxicos :

- El abandono intencional de la partida: se refiere a abandonar la partida solo para fastidiar a los otros 4 jugadores del equipo.
- El “feedeo” intencional del enemigo: se refiere a dejarse matar (castellanización del verbo *feed*, alimentar en inglés) por el enemigo para que este tenga una ventaja de experiencia y oro frente a su propio equipo para así hacer más difícil la victoria y molestar a los otros 4 jugadores.

4.5.3. Detección y control de la toxicidad: el Tribunal

Conscientes de la existencia de comportamientos tan perniciosos entre su comunidad, Riot Games decidió implementar en el juego un intento por castigar estas prácticas y eliminarlas: el Tribunal, una forma de control de la comunidad por la comunidad, que hasta ahora solo se ha aplicado en el *League of Legends* y no en otros MMOBA.

Gracias a una herramienta disponible al final de las partidas, los jugadores pueden denunciar a aquellos que no han tenido un buen comportamiento. La opción de reportar consta de una pestaña desplegable en la que se debe elegir una categoría que resuma la razón del reporte (lenguaje ofensivo, acoso verbal, abandono del juego, etc), y una caja para incluir comentarios que permitan conocer más a fondo la situación. Esto último es opcional y se puede dejar sin rellenar.

Una vez el jugador completa el informe, este es enviado al Tribunal. Cada caso a juzgar incluye otros datos que pueden ser de relevancia, como el tiempo de partida, el resultado o todos los comentarios publicados por el chat, entre otros.

En el Tribunal, estos reportes son estudiados por jugadores que cumplen una serie de requisitos (con cuentas superiores a nivel 20, ninguna sanción, etc.) y voluntariamente se prestan a analizar los casos del Tribunal.

Una vez juzgado el caso se decidirá si hay razones o no para castigar al reportado. Normalmente el jugador afectado suele ser temporalmente apartado del juego. Sin embargo, puede llegar a perder su cuenta de manera permanente si reincide.

En la actualidad, el Tribunal está en supuesto mantenimiento, según un mensaje de Riot Games que se publicó en el año 2012 en la propia página de *League of Legends*.

5. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

5.1. Identificación de las herramientas de comunicación, clasificación y explicación

Tabla 5.1. Clasificación de las herramientas de comunicación de *League of Legends*

		Asincrónico	Sincrónico
Online	In Game	<ul style="list-style-type: none"> • Pings inteligentes (texto) • Chat de equipo 	<p>Verbal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chat de equipo • Pings de enfriamiento <p>No verbal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pings inteligentes (sonido y animación) • Animaciones de los personajes • Nivel de Maestría
	Out Game	<ul style="list-style-type: none"> • Club • Chat privado 	<ul style="list-style-type: none"> • Salas de chat
Híbrido	<ul style="list-style-type: none"> • LoL Friends (app) 		
Offline	Oficial	<ul style="list-style-type: none"> • Foro oficial • Redes Sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Retransmisiones en directo de la LCS
	No oficial	<ul style="list-style-type: none"> • Redes Sociales fan-made • Páginas Web • Vlogs 	<ul style="list-style-type: none"> • Streaming de jugadores

Fuente: Elaboración propia.

Riot Games ha ido facilitando, con el tiempo, nuevas herramientas y variando las ya existentes para optimizar la comunicación, indispensable para coordinar al equipo.

Para la clasificación de estas herramientas de comunicación se parte de un elemento clave; el estado del jugador, que puede ser Online u Offline. Estas palabras hacen referencia a la conexión o no con el cliente del juego. Se considera que el jugador está Online o conectado cuando se encuentra dentro de la interfaz inicial del programa, a través de la cual se tiene acceso a las diversas opciones del juego. Para acceder a ella, se necesita conexión a Internet.

Asimismo, dentro del cliente, conectado al servidor del juego, se encuentran otros dos estados, In game y Out game, que ponen al servicio del usuario unas u otras herramientas de comunicación. Estos términos indican si los jugadores se encuentran en partida o en la interfaz inicial del juego.

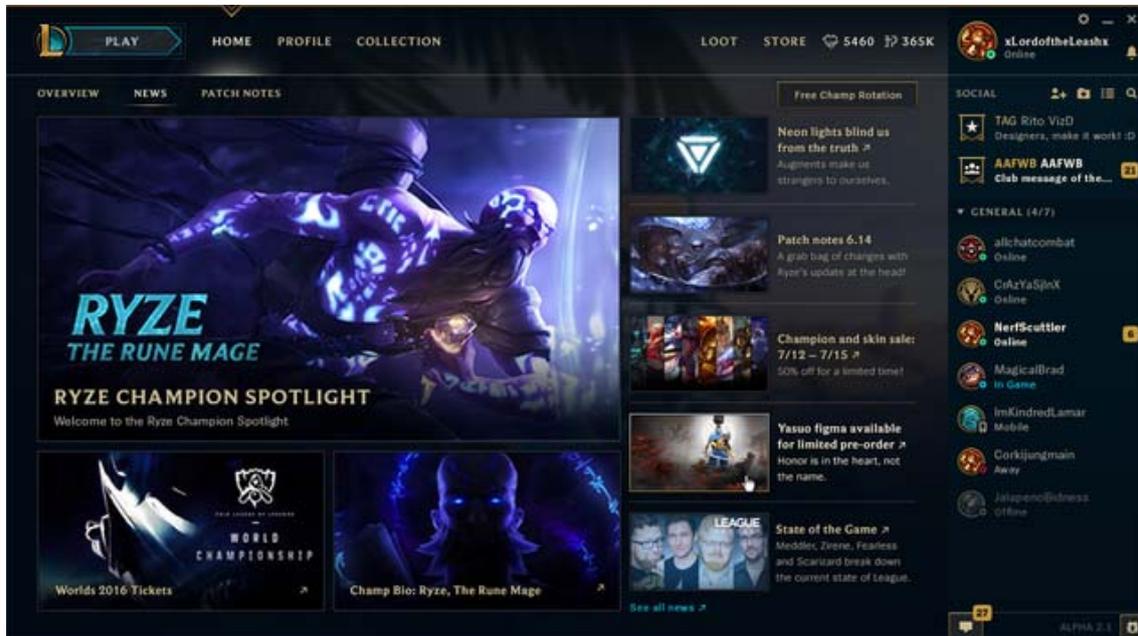
Aunque en sus orígenes Riot limitó sobre todo la implementación de herramientas comunicacionales al estado Online, actualmente las herramientas de comunicación han ido ampliándose a nuevos dispositivos y plataformas, conformando una auténtica Red Social en torno al juego de *League of Legends*. Asimismo, la libertad de creación de los usuarios ha permitido la proliferación de blogs y foros creados por fans junto con otro tipo de páginas que complementan las oficiales creadas por la compañía Riot Games. Por esto, para hablar de las herramientas de comunicación disponibles para el jugador cuando está conectado a Internet, pero no al cliente del juego (Offline), se distinguirán las oficiales (creadas por Riot o gestionadas por la compañía o alguna otra empresa) y las no oficiales (creadas por particulares, fans y jugadores).

5.1.1. Herramientas disponibles conectado y en partida (Online e In Game)

Cuando el jugador se encuentra conectado al servidor (Online) y en partida (In game), se distinguen las siguientes herramientas comunicativas: los pings inteligentes, los cuales poseen una manifestación múltiple, visual, textual y auditiva; el chat, el cual incluye el chat de equipo y el chat global; las animaciones especiales de cada personaje y, por último, el nivel de maestría, que hace

referencia a la cantidad de partidas jugadas o habilidad del jugador con un personaje concreto.

Imagen 5.1. Nuevo cliente de *League of Legends*



Fuente: <http://euw.leagueoflegends.com>

5.1.1.1. Los Pings

Durante las partidas, a menudo es contraproducente utilizar el chat para comunicarse con los aliados, por lo que Riot implementó unas herramientas que permitían señalar o informar a los usuarios de manera instantánea pulsando diferentes combinaciones de teclas.

Algunos pings no siempre se utilizan de la manera convencional y algunos usuarios los utilizan para reprochar a algún compañeros de equipo una jugada o simplemente para molestar con el ruido a los aliados. Para evitar esto, los pings que se pueden realizar en periodos cortos están limitados; si el jugador en cuestión excede el número establecido, será sancionado durante un pequeño periodo de tiempo (menos de un minuto) sin poder utilizar la herramienta de nuevo.

Existen dos tipos principales de pings: los inteligentes y los de enfriamiento.

a) Los pings inteligentes

Una herramienta que fue introducida en enero de 2013. Poseen tres representaciones simultáneas, una textual, otra visual y otra auditiva. La textual se mantiene en el chat de equipo durante toda la partida, por lo cual sería asincrónica, mientras que las otras dos representaciones son momentáneas y solo suceden cuando el usuario realiza el ping, lo que las convierte en sincrónicas.

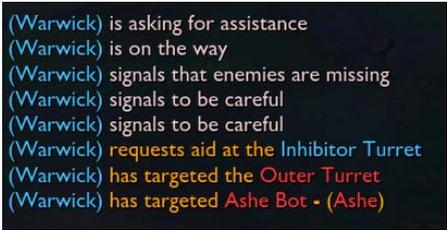
Los mensajes de los pings inteligentes que quedan grabados en el chat muestran un mensaje diferente dependiendo de cual se haya utilizado. Este mensaje acompaña al nombre del jugador y el del personaje con el que está jugando en ese momento para que la persona que lo lee sepa quién ha hecho la señal.

Estos tipos de ping tienen 4 mensajes principales integrados, que se activan al pulsar la tecla g y moviendo el ratón hacia arriba, abajo, izquierda o derecha. Estos mensajes prefijados son: peligro o tener cuidado, que se suele utilizar para que alguien se retire de su posición; ayuda, que generalmente se utiliza para pedir un gank; enemigo desaparecido o Ss , para indicar la desaparición de un enemigo; y, por último, en camino, para señalar hacia qué posición se dirige el jugador.

El ping también sirve para pedir a un aliado individual que se retire, para marcar un punto concreto del mapa, para transmitir la intención de atacar a un monstruo, campeón o estructura enemiga, y para pedir la defensa de una construcción aliada.

Tabla 5.2. Representación de los Pings inteligentes en partida

	Peligro	En camino	Ayuda
			

Pings inteligentes	Enemigo desaparecido	Marcar objetivo	
			
	Ping básico	Defender objetivo	Representación textual de los pings en el chat
			

Fuente: Elaboración propia.

b) Los pings de enfriamiento

Este tipo de ping solo posee representación textual y auditiva, aunque esta última es bastante más leve que las de los pings inteligentes. El sonido que produce es el mismo que el de cualquier mensaje al ser enviado al chat, lo cual a veces le hace pasar desapercibido. Este tipo de pings permiten a los jugadores indicar el estado de sus habilidades, objetos y recursos durante las partidas, información vital en algunos casos para elegir qué hacer y pueden ser la diferencia entre ganar o perder una partida.

Este tipo de pings se activan utilizando la tecla ctrl y haciendo clic izquierdo con el ratón sobre la habilidad, recurso u objeto de la que se quiere transmitir algo. También sirve para indicar cuánto oro se necesita para comprar un objeto, para avisar de cuánto tiempo falta para que salgan algunos objetivos de la jungla o comunicar que un jugador del equipo contrario ha *respawneado*. Los mensajes aparecen en el chat mostrando el nombre del jugador, junto al del personaje que

está jugando entre paréntesis y después la información concreta que se haya querido transmitir.

Tabla 5.3. Representación de los Pings de enfriamiento en partida

Ping de enfriamiento	Representación textual en el chat
	 A screenshot of a chat window showing several pings from a player named Warwick. The pings are: (Warwick): Q - 5s, (Warwick): Health 53%, (Warwick): Mana 88%, (Warwick): Warwick - Alive, (Warwick): Tiamat - 9s, (Warwick): Ghost - 179s, and (Warwick): Smite - 13s. The text is displayed in a dark background with white and yellow text.

Fuente: Elaboración propia.

5.1.1.2. El chat

El chat es una caja de texto situada en la esquina inferior izquierda de la pantalla que permite mandar mensajes globales a un grupo de personas, ya sea dentro del mismo equipo o a todas las personas de la partida. En el caso de *League of Legends*, el chat por defecto es el chat de equipo. Es en este donde también se manifiestan los pings inteligentes anteriormente mencionados.

Para acceder al chat global, es necesario escribir el comando antes de las frases /all. En el chat global los mensajes también pueden ser leídos por el equipo enemigo.

A este respecto cabe destacar que el chat global no está presente en todos los MOBA y en algunos, como el juego de Blizzard, *Heroes of the Storm*, es imposible comunicarse con el equipo enemigo.

5.1.1.3. Animaciones de personajes

Las animaciones son una serie de movimientos, acciones y diálogos exclusivos de cada personaje, las cuales se pueden realizar en cualquier momento durante el transcurso de la partida de dos maneras: pulsando la tecla ctrl del teclado y los números 1, 2, 3 o 4, o escribiendo en el chat los comandos /j, /t, /d o /l, que

hacen referencia a las letras iniciales del nombre de las animaciones en inglés, *joke* (broma), *taunt* (provocación), *dance* (baile) y *laugh* (risa).

En ocasiones, estas animaciones son usadas durante las partidas como herramientas de comunicación entre los jugadores. Estas se pueden utilizar para irritar al enemigo o para interactuar con los compañeros de equipo, por ejemplo, pulsando constantemente el botón de la risa después de haber matado a uno de tus enemigos o activando el comando de bailar todo un equipo al inicio de la partida.

5.1.1.4. Nivel de maestría

Es una opción que se desbloquea al jugar a un personaje durante mucho tiempo. Conforme el jugador juega con un campeón determinado, va acumulando puntos según haya sido su actuación durante la partida (se recibe una evaluación que va desde la D- hasta la S+) y al alcanzar una determinada cantidad se le brinda un blasón que aparece tanto en la pantalla de carga como en la partida a elección del jugador.

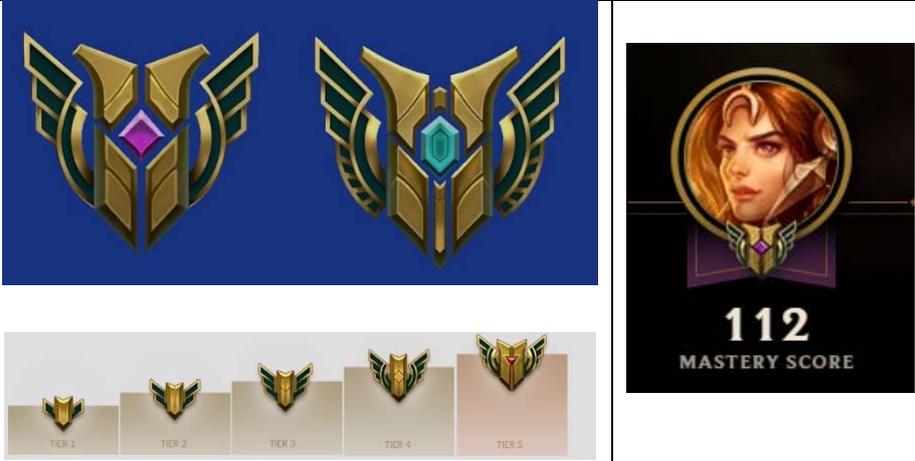
Este blasón comunica a los jugadores cuánta experiencia se tiene con un personaje concreto, lo que permite saber si necesitará más o menos asistencia durante el juego.

Existen, además, otros dos niveles de maestría que solo se pueden desbloquear sacando la puntuación máxima en varias partidas con ese personaje.

Las maestrías 6 y 7 indican que el jugador tiene una amplia experiencia con el personaje elegido y que, por tanto, es más probable que su actuación en la partida sea buena.

También se utilizan como alarde delante de los contrincantes, normalmente después de hacer una buena jugada.

Tabla 5.4. Representación de la maestría dentro y fuera de partida

Maestría de personaje	Pantalla de carga	Dentro del juego
		
	Detalle del icono de maestría	Página de perfil
		

Fuente: Elaboración propia.

5.1.2. Herramientas híbridas. La particularidad de “League friends”

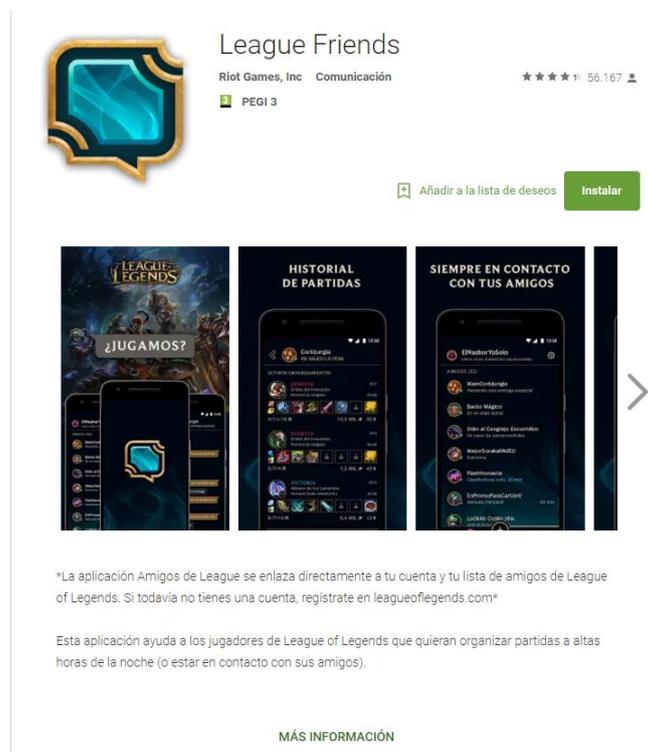
Por la particularidad de poder acceder solo en parte al servidor del *League of Legends* es la que motiva la creación de una categoría al margen. La aplicación para dispositivos móviles permite conectarse al chat del cliente sin pasar realmente por este, que conecta al servidor del juego. Por esto es por lo que puede considerarse una herramienta híbrida, pues es oficial, utilizada desde fuera del cliente, y por tanto offline como las herramientas presentes en la parte inferior de la tabla, pero que al mismo tiempo que permite acceder a herramientas clasificadas dentro de la categoría conectado (online).

A través de LoL friends el usuario puede conectarse desde cualquier parte al cliente del *League of Legends* y acceder únicamente al chat privado y al del club.

Cabe destacar que años antes del desarrollo de esta aplicación oficial existían - y aún existen- otras aplicaciones no oficiales que cumplen esa misma función, aunque con ciertas fallas. Presumiblemente, la existencia de estas aplicaciones y el volumen de descarga de las mismas, impulsó a la compañía a la creación de una herramienta oficial.

La existencia de una herramienta relacionada con *League of Legends* cuya única función es chatear con otros usuarios refuerza el carácter eminentemente social del juego.

Imagen 5.2. Aplicación de League Friends en la página de descarga

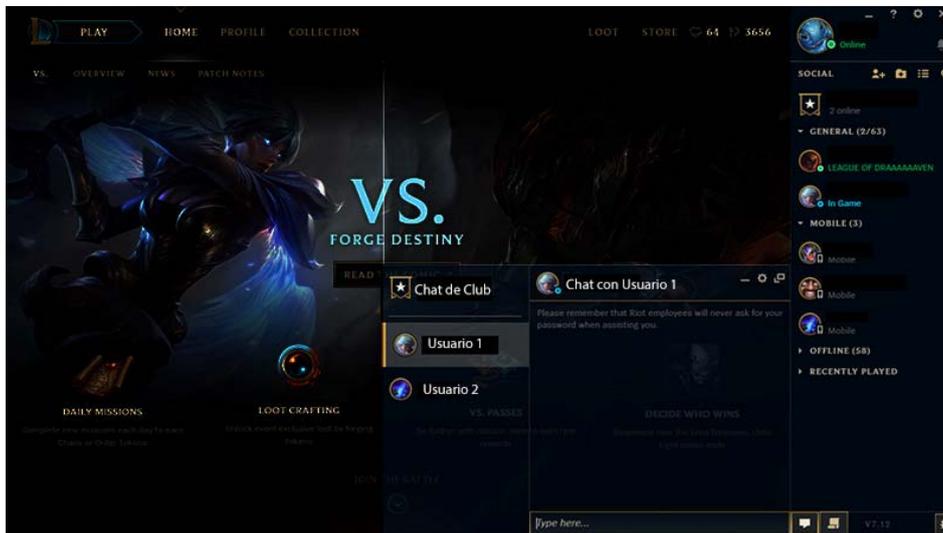


Fuente: Google Play.

5.1.3. Herramientas disponibles conectado y fuera de partida (Online y Out Game)

Desde el cliente del juego se tiene acceso a las partidas y también a múltiples formas de interactuar con otros usuarios ya agregados o con los que se comparta un mismo club o sala de chat.

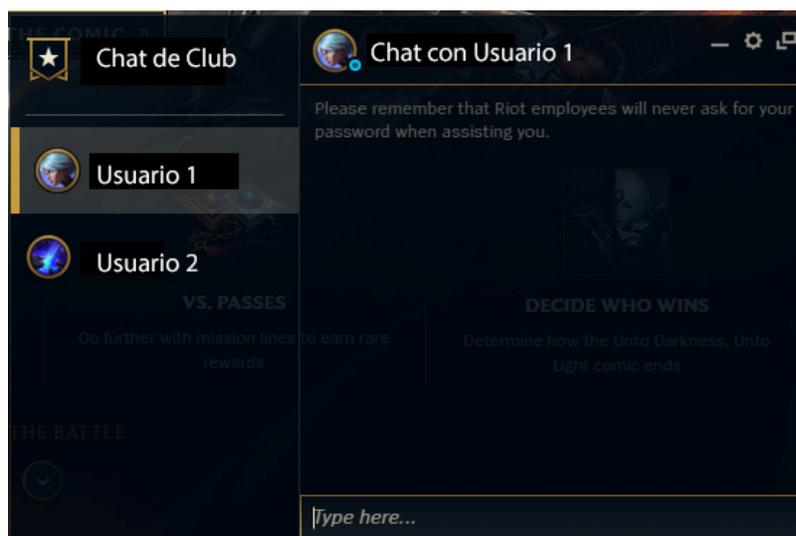
Imagen 5.3. Cliente con la pestaña de chat desplegada



Fuente: captura de pantalla del cliente de League of Legends.

La apertura del chat se realiza a través de una pestaña desplegable en la cual se puede elegir el usuario o usuarios a los que se quiere enviar un mensaje, pudiéndose mantener conversaciones simultáneas con varios a la vez.

Imagen 5.4. Detalle de la pestaña de chat con el chat privado abierto



Fuente: captura de pantalla del cliente de League of Legends.

5.1.3.1. Chat privado

Está disponible para todos los jugadores, a través de él se puede hablar con cualquier usuario que se tenga agregado en la lista de amigos. Se puede utilizar para mandar mensajes instantáneos a un usuario, pero también cabe la posibilidad de releer conversaciones anteriores o mandar mensajes a usuarios desconectados.

5.1.3.2. Club

Los clubes son una actualización introducida por Riot en la pre temporada 2017, que dio comienzo con la finalización de la temporada 2016 en el mes de noviembre. Los clubes sustituyen la creación de equipos para el modo competitivo y permiten crear un sala de chat común para todos los miembros. Asimismo, a los grupos mayores de cinco miembros se les permite activar una etiqueta única que se visualiza en la pantalla de carga junto al nombre del jugador.

Los mensajes de los miembros del club pueden ser releídos, puesto que se guardan las conversaciones y cualquier usuario desconectado puede acceder a ellos cuando vuelva a entrar en el cliente.

5.1.3.3 Salas de chat

Desaparecidas con la actualización del cliente a finales de 2016, coincidiendo con la pretemporada de 2017, puesto que no posee la opción para acceder a ellas. Actualmente la única forma de entrar a una de ellas es descargando el cliente sin actualizar. Son chats globales de entrada y salida libre. En general suelen tener temática para que la gente pueda buscarlos con palabras clave. Por ejemplo, 5v5, que hace referencia a las partidas normales en el mapa de La Grieta del Invocador; o 3v3, para el mapa especial de El Bosque Retorcido. Estos dos ejemplos de salas de chat, entre otros muchos, se suelen utilizar para encontrar gente de *mmr* (*matchmaking ratio*) similar y formar equipos.

A diferencia de los otros dos tipos de chats, los mensajes no pueden releerse una vez se sale del cliente.

5.1.4. Herramientas oficiales disponibles fuera del cliente (Offline y Oficial)

La comunicación relacionada con *League of Legends* no se limita al propio juego y Riot Games ha creado comunidad en Internet para que los jugadores puedan seguir hablando del juego sin estar jugando.

Son el caso de las redes sociales oficiales de la empresa, el foro de discusión oficial de *League of Legends* y las retransmisiones de los partidos de la LCS (*League of Legends Championship Series*).

5.1.4.1. Redes Sociales

Son los canales de la empresa Riot Games para publicitar *League of Legends* y por los que nutre de información a los fans sobre eventos, nuevos personajes, diversos productos para el juego o merchandising.

Sus cuentas en las principales redes, Twitter, Facebook y Youtube, son bastante activas y cuentan con multitud de seguidores.

5.1.4.2. Retransmisiones en directo de la LCS

Los mundiales de *League of Legends* como e-sport han ido cobrando una mayor importancia en el mundo de este videojuego. A través de las páginas de Twitch y Youtube se pueden seguir las partidas en directo de los profesionales y compartir impresiones con el resto de usuarios a través de la caja de comentarios.

5.1.5. Herramientas no oficiales disponibles fuera del cliente (Offline y no oficial)

La comunidad de *League of Legends* se caracteriza por ser una comunidad muy activa que desarrolla el contenido del juego más allá del propio cliente, a través de páginas enfocadas para juntar creaciones de la comunidad (dibujos, historias, etc.), enseñar a jugar a los novatos o aportar sus propias experiencias y conocimientos sobre personajes y formas de juego.

5.1.5.1. Redes Sociales Fan-Made

Abarca todos los contenidos compartidos por Redes Sociales, como pueden ser cuentas de Facebook, Twitter o Tumblr que difunden contenido relacionado con el juego, lo cual incluye dibujos, vídeos creados por los fans, relatos, cosplay, etc.

A través de estas se difunde un contenido que va más allá del propio juego y profundiza en él, su universo y sus personajes.

Imagen 5.5. Ejemplo de cuenta de Twitter creada por fans dedicada al cosplay



Fuente: página de perfil en Twitter de una cuenta de cosplay con temática de League of Legends.

5.1.5.2. Páginas Web

En esta categoría se incluyen las páginas de guías, de estadísticas sobre el juego y noticias sobre contenido implementado o en periodo de prueba.

Está íntimamente relacionado con las mecánicas del juego hasta el punto de que es casi imposible jugar al juego y comprenderlo sin acudir a este tipo de páginas. En ellas la comunidad de jugadores valora aspectos del funcionamiento interno del juego u opina sobre cambios anunciados en el servidor normal y el de prueba.

Imagen 5.6. Ejemplo de página de noticias sobre *League of Legends*



Fuente: página principal de surrenderat20.net.

5.1.5.3. Vlogs

A pesar de que la plataforma de vídeos Youtube puede considerarse una red social más, posee la particularidad de utilizarse para difundir contenido de los dos tipos mencionados con anterioridad. En esta plataforma coexiste material que, por una parte, muestra aspectos del universo del juego, la historia detrás del mundo en el que se ubica, sus personajes, dibujos o historietas fan-made y, por otro, explica o trata las mecánicas internas de *League of Legends*, como pueden ser las guías, gameplays o las noticias.

Imagen 5.7. Ejemplo de Vlog de guías y gameplays



Fuente: canal de Youtube de [eldelabarrapan](https://www.youtube.com/channel/UC...).

5.1.5.4. Streaming de jugadores

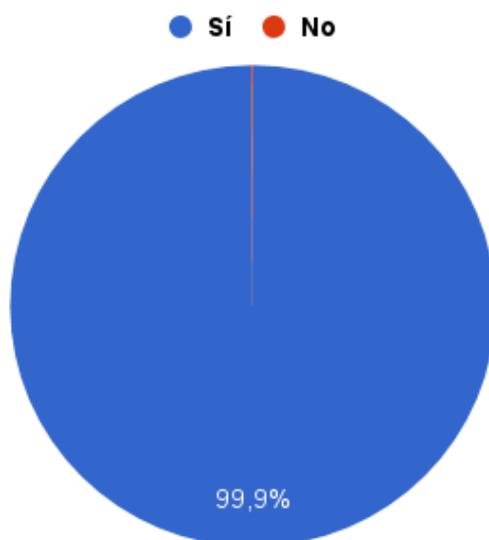
Se tratan normalmente de jugadores no profesionales que comparten sus partidas en tiempo real a través de algunas de las plataformas preparadas para retransmitir directos. Los espectadores poseen un chat por el que pueden comentar al momento lo que están viendo.

5.2 Resultado y análisis de la encuesta

La encuesta, realizada en la plataforma Google Drive, tuvo una participación de 2345 usuarios en total, tras ser difundida durante aproximadamente 3 semanas por las redes sociales Facebook y Twitter.

Gráfico 5.1. Percepción de los usuarios sobre la existencia de toxicidad en *League of Legends*.

1) Ha sido vd. objeto de comportamientos tóxicos o presenciado alguna vez estos fenómenos en *League of Legends*:



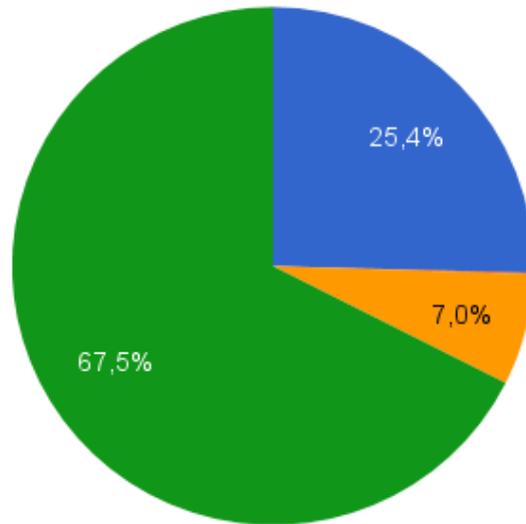
Fuente: elaboración propia.

Un 99,9% usuarios opinaron que la toxicidad es un elemento persistente en el juego *League of Legends* y solo 2 encuestados dijeron no haber presenciado nunca estos fenómenos. Esta desviación del sentir general de los usuarios podría relacionarse quizás con una valoración diferente de lo que la mayor parte de los encuestados consideran un comportamiento tóxico.

Gráfico 5.2. Percepción de los usuarios sobre la frecuencia con la que ocurren comportamientos tóxicos en *League of Legends*.

2) Con qué frecuencia diría que ocurren estos comportamientos tóxicos:

● Siempre ● Nunca ● Pocas veces ● Muchas veces



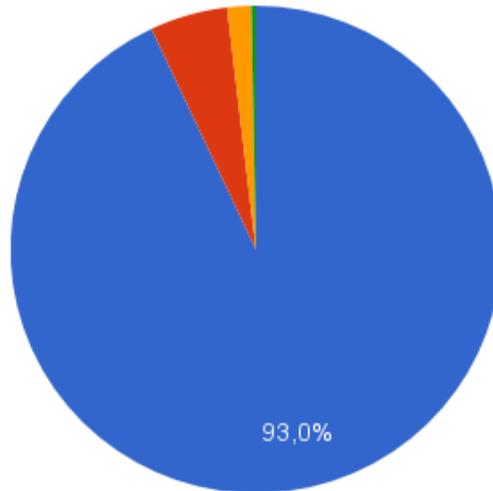
Fuente: elaboración propia.

La importante presencia de la toxicidad en *League of Legends* vuelve a manifestarse a través de este otro resultado, donde un 92,9% de los encuestados consideraron que Siempre o Muchas veces se producen comportamientos tóxicos, frente a un 7% de usuarios que consideran que la presencia de estos comportamientos no es importante y 2 personas (las mismas dos de la primera respuestas), que consideran que estos fenómenos no tienen presencia en *League of Legends*.

Gráfico 5.3. Percepción de los usuarios sobre las herramientas por dónde se transmiten los comportamientos tóxicos.

3) De las siguientes herramientas de League of Legends por cuál cree haber percibido más comportamientos tóxicos:

● Chat ● Pings ● Animaciones, maestría ● Foros y páginas externas



Fuente: elaboración propia.

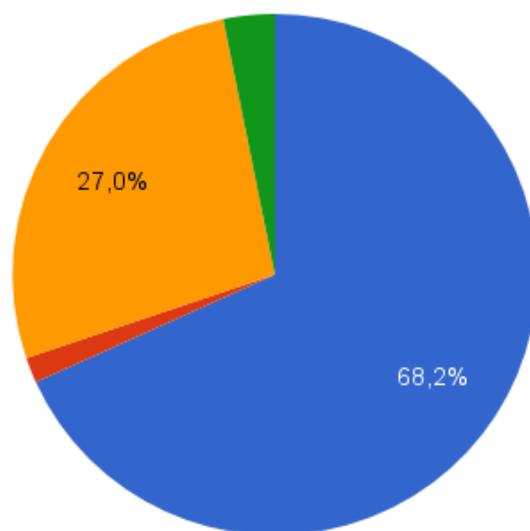
Un 93% de los usuarios encuestados consideraron que la mayoría de la toxicidad se produce a través de la herramienta In Game del chat de partida, seguido por los Pings con un 5,1% y las animaciones de personajes o nivel de maestría con un 1,6%. El restante 0,3% consideró que la mayor parte de la toxicidad no se produce dentro del juego, sino en páginas relacionadas y en los foros.

El chat solo permite mensajes de tipo textual, por lo que es indicativo del tipo de toxicidad que se produce en *League of Legends* de manera predominante o de la acepción extendida del término toxicidad.

Gráfico 5.4. Percepción de los usuarios respecto a la manifestación mayoritaria de toxicidad.

4) Cuál suele ser la manifestación mayoritaria de toxicidad:

● Insultos ● Spam ● Ruptura de la experiencia de juego ● Otros



Fuente: elaboración propia.

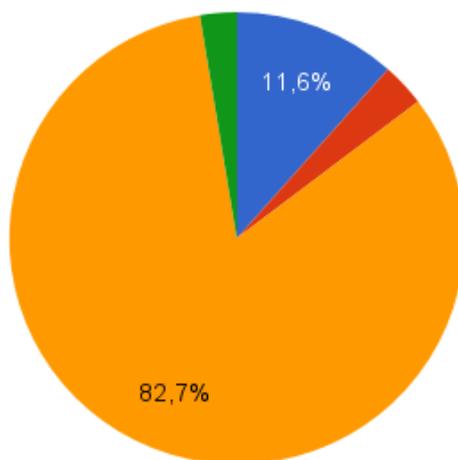
Un 68,2 % de los jugadores encuestados consideraron que los insultos son la forma más habitual de toxicidad, lo cual concuerda con los resultados de la anterior pregunta, que arrojaron que la herramienta a través de la cual es más habitual la toxicidad era el chat de partida. Un 27,0% de los jugadores consideraron que es la Ruptura de la experiencia de juego la forma más habitual de toxicidad. El Spam se sitúa en último lugar como manifestación de toxicidad con un 1,6%.

En la categoría de Otros, respaldada por un 3,2% de los encuestados, los usuarios opinaron que la toxicidad no se suele manifestar en una de las formas ofrecidas en esta pregunta, sino que suele manifestarse con los tres comportamientos a la vez, de forma simultánea o consecutiva a lo largo de la partida. Algunos opinaron que también que de una forma u otra, cualquiera de las formas de toxicidad lleva a la Ruptura de la experiencia de juego.

Gráfico 5.5. Percepción de los usuarios sobre la causa principal de toxicidad en *League of Legends*.

5) Cuál considera, de acuerdo a su experiencia personal, la causa de estos comportamientos tóxicos:

● Competitividad ● Funcionamiento interno del juego ● Los jugadores ● Otros



Fuente: elaboración propia.

En contra de la hipótesis formulada para este trabajo, que aventuraba que la causa remota de los comportamientos tóxicos era la competitividad y la tensión derivada de esta, un 82,7% de los encuestados ha considerado que la causa última del comportamiento tóxico es la gente, frente al 11,6% opinaba que la competitividad era la principal causa del mismo. El funcionamiento interno del juego, diseñado para castigar a los jugadores que se quedan atrás al principio de la partida y dando una gran ventaja a aquellos que desde el principio, trabajen en equipo o no, se ponen por delante, las mecánicas internas, las reglas, los escalados de habilidades, el “metagame” fue considerado la principal causa de la toxicidad por un 3,1% de los jugadores.

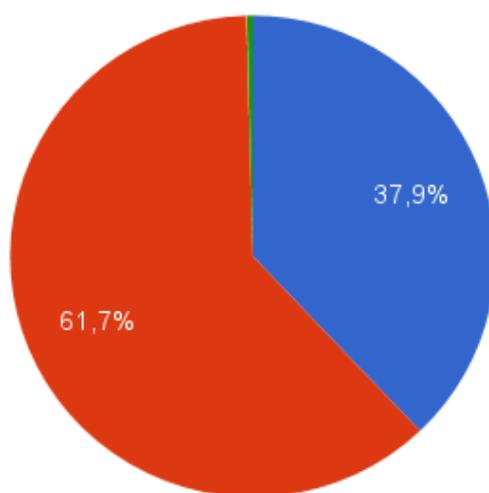
Un 2,6% de los jugadores consideró, dentro de la categoría de Otros, que la causa es la inmadurez de los usuarios, la poca efectividad de los castigos de la compañía sobre los tóxicos, la inexistencia de una autoridad real que castigue de manera inmediata, el anonimato de Internet, incapacidad de los jugadores

para manejar su frustración o una combinación de todas las otras respuestas ofrecidas en la encuesta.

Gráfico 5.6. Percepción de los usuarios sobre el modo de juego en el cual se producen más comportamientos tóxicos.

6) En qué tipo de partidas cree que son más frecuentes los comportamientos tóxicos:

● 5v5 normal ● 5v5 clasificatoria ● 3v3 normal ● ARAM



Fuente: elaboración propia.

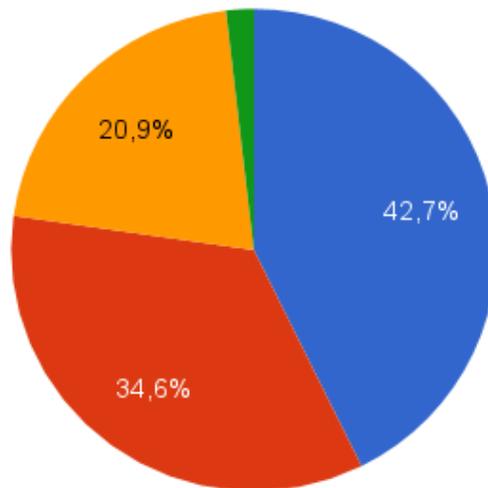
Un 61,7% de los encuestados consideró que la toxicidad es superior en las partidas de 5v5 clasificatorias. Estas respuestas se puede enlazar directamente con la pregunta anterior, en la cual un 11,6% de los usuarios consideró que la competitividad en una de las causas remotas en la generación de comportamientos tóxicos.

El modo de juego 5v5, tanto en su versión normal como clasificatoria, ocupa el primer puesto en toxicidad, seguido con un 0,4% el modo de juego ARAM y 3v3 con un solo voto y menos de un 0,1% del total de respuestas.

Gráfico 5.7. Frecuencia con la que los usuarios utilizan las herramientas facilitadas por Riot para detectar y castigar los comportamientos tóxicos.

7) Utiliza vd. las herramientas puestas a disposición de los usuarios por Riot para localizar comportamientos tóxicos en cuanto descubre uno de

● Siempre ● Muchas veces ● Solo en casos graves ● Nunca



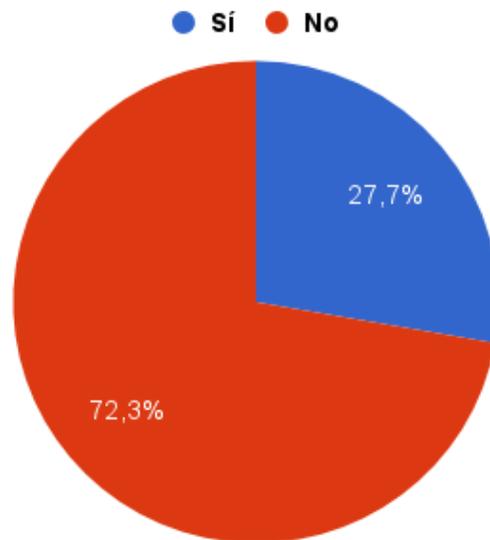
Fuente: elaboración propia.

Los mayoría de usuarios encuestados (42,7%) dijo utilizar siempre las herramientas puestas a disposición de los usuarios para denunciar comportamientos indebidos en el juego, seguido por el 34,6% de usuarios que admite hacerlo casi siempre. Un 20,9% de los encuestados dijo hacerlo solo en casos muy graves de toxicidad y el restante 1,8% de los usuarios dijo no hacerlo nunca.

De esto se extrae una cierta preocupación en la comunidad por el fenómeno de la toxicidad, así como voluntad de intentar hacerla desaparecer o al menos de controlarla.

Gráfico 5.8. Opinión de los usuarios sobre la eficacia de las herramientas existentes para detectar y castigar comportamientos tóxicos.

8) Cree que las herramientas que Riot pone a disposición de los usuarios son suficientes:



Fuente: elaboración propia.

Un 72,3% opinó que las herramientas existentes para denunciar los comportamientos tóxicos son ineficientes. Asimismo, en la pregunta número 9, en la cual se preguntaba a los usuarios cuál creían que podía ser una herramienta eficaz para combatir la toxicidad, consideraban que el mayor problema con las herramientas de Riot Games es que no se utilizan de manera adecuada por la compañía, puesto que no existe un equipo humano dedicado a evaluar los casos denunciados y los castigos se aplican de manera automática por una máquina de manera cuantitativa, es decir, cuando recibe un número determinado de reportes en un espacio de tiempo concreto, pero no de manera cualitativa, basando los castigos en función de la intensidad de las faltas cometidas.

5.3 Resultado y análisis de los vídeos

Tabla 5.5. Análisis de los vídeos.

	<u>Tipo</u>	<u>Herramienta</u>	<u>Descripción de los hechos</u>	<u>Tipo de Partida</u>	<u>Equipo</u>
<u>Vídeo 1</u> <u>(4/3/17)</u>	Insultos, Spam	Chat, Pings	El jugador de la línea central pide ayuda. Muere solo y culpa a su equipo por no ayudarlo. Como el jugador que ocupa la posición de jungla mutea el chat, empieza a spamear con los pings.	5v5 normal	Aliado
<u>Vídeo 2</u> <u>(28/5/17)</u>	Insultos, troll	Chat	Los jugadores de la línea inferior pierden la línea contra los enemigos y uno de los jugadores de esta línea comienza a quejarse y a culpar a su equipo. Para manifestar su enfado deja de jugar en equipo y comienza a dar vueltas por el mapa robando los recursos a sus compañeros (farmeo) y dejando de cumplir su función de support dentro del equipo. También pide la rendición a su equipo.	5v5 ranked	Aliado
<u>Vídeo 3</u> <u>(1/2/17)</u>	Insultos, negatividad, afk	Chat	El jungla decide gankear la calle superior, el jugador de esta línea no acompaña el gankeo, este es sorprendido por el jungla enemigo, por lo que el duelo acaba siendo 2 contra 1. El jungla aliado muere y culpa al jugador que no acompañó el gankeo (le dice: eres bronce o qué). Más adelante en la partida, el equipo aliado pierde una team fight	5v5 normal	Aliado

			<p>y la calle inferior empieza a discutir. La negatividad se extiende al resto del equipo. Dan por perdida la partida y empiezan a echarse la culpa los unos a los otros. Al jugador de la línea inferior le matan por estar escribiendo en el chat. Al final el jugador de la línea central se va afk.</p>		
<p><u>Video 4</u> <u>(3/3/17)</u></p>	<p>Insultos, Spam, negatividad</p>	<p>Chat, Pings</p>	<p>El jugador de la calle centra muere al principio de la partida, empieza a insultar y a hablar con mayúsculas, sinónimo de gritar en Internet.</p> <p>Poco después (4:27), un jugador enemigo se hace una muerte triple. Uno de los jugadores aliados pone “GG”, dando por perdida la partida. Empiezan a echarse la culpa los unos a los otros. Uno de los jugadores de la fila inferior empieza a spammear el ping sobre aliados en ciertos momentos de la partida.</p> <p>Finalmente, la partida finaliza con rendición del equipo aliado, a pesar de que un jugador no estaba de acuerdo.</p>	<p>5v5 ranked</p>	<p>Aliado</p>

Fuente: elaboración propia.

Se observa que el tipo de toxicidad que más se repite, ocurriendo en todas las partidas analizadas, es el insulto, seguido por la utilización repetitiva de los pings (spam) y la negatividad. Esta última conducta es contemplada en el cuadro de denuncia de jugador de Riot Games, pero no se contabilizó en la encuesta de este trabajo como tipo de toxicidad individual, sino integrada dentro de la categoría de “Ruptura de la experiencia de juego”, puesto que su manifestación

puede ocurrir de formas muy diversas y es más complicada de definir y medir. Para el análisis de los vídeos, se ha considerado negatividad la petición de rendición constante o la utilización irónica de las siglas “GG”, “Good game”, que se utiliza siempre al final de las partidas, durante el transcurso del juego. También se observó un caso de “troll” y otro de “afk” o abandono de partida, ambos, de nuevo se consideraría dentro de la categoría de ruptura de la experiencia de juego. Por “troll” se ha considerado a una persona que deja de ocupar su posición y de desempeñar las labores que se le asignan al rol que escogió al comienzo del juego.

Tabla 5.6. Frecuencias de tipos de comportamientos tóxicos observados en los vídeos analizados.

	Partida 1	Partida 2	Partida 3	Partida 4	Total	Total (4) (%)
Insultos	1	1	1	1	4	100%
Spam	1	0	0	1	2	50%
Ruptura de la experiencia de juego	0	1	1	1	3	75%

Fuente: elaboración propia.

Se observa que el tipo de toxicidad que más se repite, ocurriendo en todas las partidas analizadas, es el insulto, seguido por la utilización repetitiva de los pings (spam) y la negatividad. Esta última conducta es contemplada en el cuadro de denuncia de jugador de Riot Games, pero no se contabilizó en la encuesta de este trabajo como tipo de toxicidad individual, sino integrada dentro de la categoría de “Ruptura de la experiencia de juego”, puesto que su manifestación puede ocurrir de formas muy diversas y es más complicada de definir y medir. Para el análisis de los vídeos, se ha considerado negatividad la petición de

rendición constante o la utilización irónica de las siglas “GG”, “Good game”, que se utiliza siempre al final de las partidas, durante el transcurso del juego.

Tabla 5.7. Herramientas implicadas en la toxicidad observadas en los vídeos analizados.

	Partida 1	Partida 2	Partida 3	Partida 4	Total	Total (4) (%)
Chat	1	1	1	1	4	100%
Pings	1	0	0	1	2	50%

Fuente: elaboración propia.

También se observó un caso de “troll” y otro de “afk” o abandono de partida, ambos, de nuevo se consideraría dentro de la categoría de ruptura de la experiencia de juego. Por “troll” se ha considerado a una persona que deja de ocupar su posición y de desempeñar las labores que se le asignan al rol que escogió al comienzo del juego.

Estos resultados coincidirían con los resultados de la encuesta para el tipo de toxicidad más común en *League of Legends*: el insulto sería la forma principal en la que se manifiesta el comportamiento tóxico, observado en la totalidad de los casos, seguido por la ruptura de la experiencia de juego, presente en 3 de los 4 casos analizados. El Spam sería el último tipo, ocurrido en la mitad de los casos observados.

En cuanto a las herramientas implicadas en la toxicidad, la presencia del chat como principal medio difusor de los comportamientos tóxicos se repite en los 4 casos analizados. El ping es medio de comportamientos tóxicos en 2 de los 4 casos.

Los resultados también coinciden con la apreciación manifestada por los usuarios en la encuesta: el chat sería la principal herramienta implicada en los comportamientos tóxicos, seguida por el ping. Cabe destacar que ninguna de las otras herramientas presentadas en la encuesta tuvieron presencia en los vídeos analizados.

6. CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Tras la aplicación de las metodologías escogidas al comienzo de este trabajo y la recogida de resultados se procede a la comparación con las hipótesis de partida y objetivos fijados al comienzo de este trabajo.

H1. La evolución de las herramientas de comunicación dentro de partida en *League of Legends* tiende a la minimización del uso de las herramientas textuales.

H2. *League of Legends* tiene una comunidad extremadamente tóxica.

H3. La mayor parte de los comportamientos tóxicos se producen en partida.

H4. La causa principal de la toxicidad es la competitividad generada por el juego y reforzada por las mecánicas internas del mismo.

Teniendo en cuenta de la evolución de las herramientas clasificadas y poniendo de relieve que las más recientes implementaciones se corresponden con los pings (la primera, el ping inteligente en 2013 y, la última, el de enfriamiento en 2016), **la primera hipótesis se confirma**: las herramientas de *League of Legends* pretenden, cada vez más, facilitar la comunicación del usuario con el equipo sin la necesidad de escribir en el chat y es previsible, por tanto, que sigan esa misma dirección en el futuro, incluso, con un chat de voz, ya disponible en algunos juegos del mismo género.

Dados los resultados de la encuesta, en la cual tanto solo 2 usuarios de los 2345 encuestados afirmaron no haber percibido nunca toxicidad alguna y un 92,9 % opinó que los comportamientos tóxicos se perciben siempre o en muchas ocasiones, **la segunda hipótesis se confirma**: *League of Legends* es una comunidad de videojugadores en el cual abundan los comportamientos tóxicos.

Respecto a la tercera hipótesis, solo un 0,3% de los encuestados afirmó percibir mayor toxicidad fuera de las partidas, en foros o páginas externas. Por esto, **la tercera hipótesis también se confirma**.

En cuanto a la cuarta y última hipótesis, un 82,7% de los usuarios respondieron, respecto a las posibles causas de los comportamientos tóxicos, que la gente y sus circunstancias personales (falta de madurez, educación, anonimato, etc.) eran el principal factor desencadenante de la toxicidad, relegando la competitividad al segundo puesto con solo un 11,6% de las respuestas. Por tanto, **la cuarta hipótesis se refuta**: los usuarios consideran que la competitividad, aunque importante como elemento desencadenante de la toxicidad, no es el verdadero origen, sino las circunstancias individuales de los jugadores, amparados por el anonimato y la laxitud de los castigos impuestos por Riot Games .

O1. Identificar las dinámicas de comunicación en la comunidad de videojugadores de *League of Legends*.

O2. Analizar el concepto de la "toxicidad" en comunidades virtuales y sus particularidades en *League of Legends*.

En cuanto al **primer objetivo** propuesto para el trabajo, se puede confirmar la existencia de un sistema de comunicación complejo y adaptado a los jugadores, que permite jugar y comunicar al mismo tiempo a través de un sistema de animaciones, sonidos y alertas que los usuarios utilizan y permiten coordinar esfuerzos para conseguir la victoria. En lo que respecta a las herramientas del cliente utilizadas fuera de partida, se puede considerar que Riot ha querido acotar el ámbito de comunicación eliminando el chat general y las salas de chat que permitían comunicarse con jugadores no agregados a la lista de amigos, pero ha fortalecido las herramientas existentes para comunicarse con otros usuarios o grupos sí agregados. La inclusión de los Clubs que sustituyen a la herramienta comunicativa de las Salas de chats y a la extinta opción de creación de equipo para clasificatorias es el más claro ejemplo de esta tendencia.

Las herramientas externas al juego y oficiales, sin embargo, no observan apenas evolución desde su fundación. Quizás sí se observa una mayor presencia de Riot en redes sociales, junto con una creciente difusión de contenido propio relacionado con el desarrollo del juego o su historia (arte, comics, cinemáticas,

etc.), sin embargo, mantienen una comunicación prácticamente unidireccional, si bien sí existen evidencias del interés de Riot por la opinión e ideas de sus usuarios (celebración de concursos de diseño de personajes y aspectos, realización de personajes basados en ideas de la comunidad, etc.).

En cuanto a las herramientas no oficiales, se puede esperar un aumento en el número de páginas no oficiales conforme, directamente proporcional a una comunidad de videojugadores que previsiblemente, teniendo en cuenta la tendencia de los últimos años y las previsiones realizadas por algunas páginas de estadísticas, seguirá creciendo.

Respecto al **segundo objetivo**, que versa sobre la definición del concepto de toxicidad y más concretamente a la toxicidad existente en el videojuego *League of Legends*, se puede afirmar que una características definitorias es su adaptación a las herramientas existentes: cada una de las formas de comunicación posee su propia forma de toxicidad propia. El chat, los insultos; los pings, el spam y las animaciones, las burlas al rival. Incluso, las propias mecánicas del juego son utilizadas como base para el comportamiento tóxico a través de la ruptura de la experiencia de juego: muriendo intencionadamente, regalando oro al rival, utilizando las propias habilidades para perjudicar a los aliados, etc.

A través de lo observado y los resultados de la encuesta sobre la percepción de los usuarios, la toxicidad en *League of Legends* se puede definir como una serie de comportamientos estereotipados e intencionados, entre los que se incluyen el insulto, la provocación y las conductas antideportivas o molestas, que se producen generalmente a través de las diferentes herramientas de comunicación o a través del propio funcionamiento del juego y tienen como resultado la ruptura de la experiencia del resto de usuarios.

Os1. Valorar la evolución de las herramientas de comunicación en *League of Legends*.

Os2. Comprobar la intensidad de la toxicidad en la comunidad de videojugadores de *League of Legends*.

Os3. Determinar las posibles causas de los comportamientos tóxicos.

Resueltos los principales objetivos del trabajo, se procede a la resolución de los objetivos secundarios.

En primer lugar, respecto al **primer objetivo secundario**, se puede valorar, como se mencionó al confirmar la primera hipótesis, una tendencia a la simplificación de las herramientas, para así facilitar el envío de señales y mensajes al resto de usuarios sin necesidad de apartar la atención de la partida.

En cuanto a la comprobación de la intensidad de la toxicidad para el **segundo objetivo secundario**, también se puede considerar resuelto en las hipótesis: la toxicidad es intensa o muy intensa en *League of Legends*.

Las posibles causas a las que se pretendía llegar en el **tercer objetivo secundario** de este trabajo, parece una labor que requeriría de más tiempo y herramientas para llegar a su resolución. Dadas las respuestas de los usuarios, que ponían como principal foco de la toxicidad las actitudes individuales de los jugadores, se podría decir que para llegar a una resolución fundamentada se necesitaría conocimientos de psicología sobre la conducta humana y el efecto de Internet en la misma.

7. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Baron: se refiere a un monstruo épico neutral que se encuentra en la jungla y que por su elevado poder requiere de la actuación conjunta de todo el equipo para matarlo. Este monstruo, una vez derrotado otorga una temporal aunque importante ventaja al equipo, por lo que puede significar la diferencia entre ganar o perder. Además de Baron hay otros monstruos neutrales que ofrecen ventajas individuales o grupales, como pueden ser el Dragón, el Rojo, el Azul, entre otros.

Braindead: (unión de las palabras inglesas que se corresponden con cerebro y muerto) en el *League of Legends*, y por extensión a todos los MMOBA, se utiliza para referirse a un campeón que no requiere habilidad alguna para llevarlo. Ejemplo: 1. *Yi braindead champ; he killed me in one sec* (=Yi es un campeón braindead; me mató en un segundo)

Bronze: (bronce en inglés) se refiere al sistema competitivo de ligas del *League of Legends*. Son siete en total en el cual eres incluido dependiendo de una serie de factores que miden tu *performance* durante la partida: Bronce, Plata, Oro, Platino, Diamante, Master y Challenger. Cada uno, asimismo, posee cinco subligas enumeradas con números romanos, siendo V la más baja y I la más alta.

Camping: (del inglés *camp*, acampar si acudimos a la traducción literal, sin embargo, en videojuegos el equivalente utilizado en castellano es 'Campear') generalmente se refiere a quedarse quieto en una posición privilegiada asesinando a los enemigos que se intentan aproximar de manera fácil y segura. Se considera una práctica injusta, por lo que el término *Camper* es peyorativo. Este apelativo se utiliza sobre todo en los juegos de tipo *Shooter*, sin embargo, también se utiliza en los MMOBA para referirse a la actuación de un jugador en la posición de jungla que ayuda reiteradamente a una misma línea, para intentar que el contricante de esa misma calle se quede atrás respecto a sus compañeros.

Cliente: (del inglés *client*) es un término utilizado en computación para referirse al software o programa utilizado para conectarse a un servidor.

Counter: (opuesto en inglés) se refiere normalmente al personaje que por sus mecánicas de funcionamiento es muy difícil o imposible de derrotar sin ayuda para un campeón concreto. Ejemplo: 1. *Pls, help me mid, this champ counters me so hard* (=Por favor, ayudadme en mid, este campeón le puede por mucho a mi personaje).

Death: (muerte o morir en inglés) asesinatos aliados a manos del equipo enemigo.

Def: del verbo *defend* en inglés, se utilizar como acortamiento de defender (*defend*) o defensivo (*defensive*). Ejemplo: 1. *Pls, play def* (=Por favor, juega defensivo) 2. *Guys, def bot turriet* (=Chicos, defended la torre de la línea inferior).

Feed: (alimentar en inglés) morir a manos del enemigo hasta que éste tenga una ventaja notable de oro y experiencia.

Feeder: (del inglés *feed*, alimentar) se refiere en los juegos de tipo MMOBA a los jugadores que con sus muertes (intencionadas o no) a manos del enemigo han dado una ventaja notable al equipo contrario.

Feeding: (del inglés *feed*, alimentar) acto de morir, normalmente de manera intencionada, a manos del enemigo, lo cual provoca una visible ventaja de algún miembro o miembros del equipo contrario.

Gank: se refiere a la tarea que normalmente desempeña el jugador que ejerce de jungla. Un *gank* es el hecho de abordar una línea desde fuera de la misma durante las fases iniciales del desarrollo de la partida para matar o debilitar al enemigo. Es habitual pedir *ganks* al jungla cuando se tiene dificultades para defender una línea frente a los ataques enemigos. Ejemplo: 1. *Pls, need a gank top* (=Por favor, necesito un *gank* en top).

Gj: iniciales del inglés *Good Job*, en castellano traducido como 'Buen trabajo'.

Kill: (asesinato o asesinar en inglés) muertes enemigas a manos del equipo aliado. Son relevantes en la partida pues aportan experiencia y oro, por ello son muy codiciadas.

Kk: equivale a *Ok*.

Ks: iniciales del inglés *Kill Steal*, en castellano, 'Robo de muerte'. Se refiere en los juegos de tipo MMOBA a dar el último golpe a un enemigo cuyo asesinato

estaba asegurado a manos de un aliado para recibir en su lugar el oro y experiencia resultantes. Las *Kill Steals* pueden ser intencionadas o no intencionadas. Es *Kill Steal* si el jugador que se lleva el asesinato no es el que mayor daño hizo al enemigo, sino el que se limitó a asestar el último golpe.

Matchmaking Rating (MMR): algoritmo en el que se basa el juego para emparejar a gente con una habilidad de juego similar en las partidas.

Mid lane: se refiere, de las tres líneas existentes, a la línea central del mapa de los juegos de tipo MMOBA, acortamiento de la palabra inglesa *Middle*, es decir 'Medio'. Las dos restantes son Top lane, la calle superior (de *Top*, parte superior) y Bot Lane (de *Bottom*, fondo o bajo) la inferior.

Noob: (derivado del sustantivo inglés *newbie*, novato) insulto que denota una falta de habilidad. Se utiliza de manera generalizada en todos los videojuegos de tipo MMO.

OMG: iniciales de la exclamación anglosajona *Oh my God*, traducido al castellano de manera literal como 'Oh, Dios mío'. Normalmente se utiliza esta exclamación antes de empezar a insultar a un jugador por una mala actuación o para quejarse de una situación concreta. Ejemplo: 1. *OMG, you are so bad* (= Oh, Dios mío, qué malo eres) 2. *OMG, that champ has so much dmg* (=Oh, Dios mío, ese campeón tiene demasiado daño).

Overpowered (OP): se refiere a algo que está mal equilibrado en el juego y tiene una ventaja injusta frente al resto. Normalmente se utiliza con campeones, pero también se puede referir a objetos, criaturas, combos, etc.

Ping: herramienta comunicativa existente dentro del juego que sirve para transmitir cuatro mensajes diferentes sin tener que utilizar el chat. Los pings solo pueden ser vistos por el equipo aliado. Los cuatro mensajes son: peligro o tener cuidado, que se suele utilizar para que alguien se retire de su posición; ayuda, que generalmente se utiliza para pedir un *gank*; ss, para indicar la desaparición de un enemigo, y en camino, para indicar hacia qué posición te diriges. Estas herramientas tienen tres representaciones simultáneas; textual, visual y auditiva. La textual se mantiene en el chat de equipo durante toda la partida, mientras que las otras dos son momentáneas y solo suceden cuando el usuario realiza el ping.

Report: (reportar o denunciar en inglés) se refiere a realizar un informe para denunciar el mal comportamiento de un usuario en un MMO para que este reciba una penalización.

Respawnear: (castellanización del verbo *respawn*, revivir o reaparecer en inglés) se refiere, en los videojuegos, a la acción de reaparecer en un lugar concreto después de haber muerto.

Score: (puntuación en inglés) se refiere al marcador de asesinatos a campeones enemigos, muertes propias y asistencias que aparece en la parte superior derecha de la pantalla del juego *League of Legends*.

Ss: procede de las dos eses de la palabra *missing*, en inglés perdido o desaparecido. En partida se utiliza para indicar que el personaje enemigo de una línea no está en su posición, lo cual puede significar que esté intentando *gankear* otras líneas. En partida, los ss se indican mediante una herramienta del juego llamada *ping*, que permite avisar sin tener que escribir por el chat. Avisar o no de los ss en partida a menudo es causa de trifulca. Ejemplo: 1. *Noob, top no ss and i got killed* (= Noob, top no indicó la desaparición del enemigo y me mataron).

Wardear: (del sustantivo *ward*, en inglés guarda) se refiere a la acción de colocar *wards* en zonas del mapa ocupadas por la niebla de guerra. Los *wards* (guardianes de visión en castellano) son unos objetos del juego que revelan zonas y permiten ver qué ocurre en ellas. Estos se vuelven invisibles tras unos segundos y otorgan visión temporal de una porción pequeña alrededor de donde fueron colocados. La acción de wardear es de gran importancia a la hora de obtener objetivos grupales, ya que otorga control de mapa y permite planear estrategias para abordar al enemigo o prevenir ataques sorpresa. Para el buen funcionamiento de la partida, hay normas no escritas sobre dónde se ha de wardear dependiendo de la línea a la que se enfrente el jugador. Es por esto, que el wardeo causa cierta problemática en las partidas si alguien del equipo no realiza la labor correctamente. Ejemplo: 1. *U noob. Didn't ward Baron and now we lose* (=Noob, no wardeaste Baron y ahora vamos perdiendo).

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 20minutos (2010): "Dejan morir al bebé por cuidar al virtual". Disponible en <http://www.20minutos.es/videos/internacional/hvzDRX37-dejan-morir-al-bebe-por-cuidar-al-virtual/> [consulta: 22/6/2017].
- Antón, M. y García, F.(2014) "Deportes electrónicos. Una aproximación a las posibilidades comunicativas de un mercado emergente", *Questiones publicitarias*, 1(19), pp. 98-115. Recuperado en <http://www.maecei.es/pdf/n19/articulos/A7-Deportes-electronicos-Una-aproximacion-a-las-posibilidades-comunicativas-de-un-mercado-emergente.pdf>
- Bartle, R.(1996) "Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players Who Suit MUDs", *The Journal of Virtual Environments*, 1(1). Recuperado en <http://mud.co.uk/richard/hclds.htm>
- Belli, S. y López Raventós, C.(2008)"Breve historia de los videojuegos", *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, (14), pp. 159-179. Recuperado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=53701409>
- Castells, M. (2001) *La galaxia Internet*. Editorial Plaza y Janés, Barcelona. Recuperado en <http://gestiondelainformacionylacomunicacion.wikispaces.com/file/view/Castells,+Manuel+-+La+galaxia+Internet.pdf>
- Corominas, J. (1987). *Breve diccionario etimológico de la Lengua Castellana*. Editorial Gredos, Madrid. Recuperado de <https://isaimoreno.files.wordpress.com/2017/03/diccionario-etimolocc81gico-abreviado-de-la-lengua-castellana-joan-corominas.pdf> citado en Sanz Valenzuelo, M. (2015). *Comunidades virtuales de prácticas: una alternativa a la formación permanente del profesorado mediante la tutoría entre iguales* (tesis doctoral). Universidad de Jaén, Jaén, España.
- Eurogamer (2014) "The Story of DOTA". Disponible en <http://www.eurogamer.net/articles/2011-08-16-the-story-of-dota-article> [consulta: 22/6/2017].
- Ferrari, S.(Agosto 2013) From Generative to Conventional Play: MOBA and League of Legends. En *Proceedings of the 2013 DiGRA International*

- Conference*. Conferencia celebrada en Atlanta, Georgia. Recuperado en http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/paper_230_formattingfixed.pdf
- Gurrutxaga, A. (1991) “El Redescubrimiento de la Comunidad”, *Reis: Revista española de investigaciones sociológicas*, (56), pp. 35-60. Recuperado en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/249404.pdf>
 - Hagel III, J., Armstrong, A.G. (1997) *Net Gain: Expanding Markets through Virtual Communities*. Harvard Business School Press, USA. Citado en Sánchez Arce, V. y Saorín Pérez, T.(2001) “Las comunidades virtuales y los portales como escenarios de gestión documental y difusión de información”, *Anales de documentación*, (4), pp. 215-227. Recuperado en <http://revistas.um.es/analesdoc/article/view/2311/2301>
 - Henri, F. y Pudelko, B.(2003) “Understanding and analysing activity and learning in virtual communities”, *Journal of Computer Assisted Learning*, (19), pp.474-487. Recuperado de <https://telearn.archives-ouvertes.fr/hal-00190267/document>
 - Hsieh, J. y Tsai Sun, C. (Junio 2008) Building a PlayerStrategy Model by Analyzing Replays of Real-Time Strategy Games. En *International Joint Conference on Neural Networks (IJCNN)*. Conferencia celebrada en Hong Kong, China. Recuperado en <http://gamelearninglab.nctu.edu.tw/ctsun/RTS%20player%20modeling.pdf>
 - Johansson, M.; Verhagen, H. y Kou, Y.(Junio 2015). I Am Being Watched By The Tribunal. Trust and Control in Multiplayer Online Battle Arena Games. *Proceedings of the 10th International Conference on the Foundations of Digital Games (FDG 2015)*. Conferencia llevada a cabo en Pacific Grove, USA. Recuperado en https://www.researchgate.net/publication/309738829_I_Am_Being_Watched_By_The_Tribunal_-_trust_and_Control_in_Multiplayer_Online_Battle_Arena_Games
 - Jux Buendía, A. A.(2014). *Análisis de la expansión transmedia y la figura del prosumidor en los juegos MMO: El caso de League of Legends* (Trabajo de Fin de Máster). Universidad de Alicante, Alicante. Recuperado

- en <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/41282/1/TFM-Ana-Alicia-Jux-Buendia.pdf>
- Kopp, J.(2015) "Resumen de tesis de licenciatura: Un estudio del juego entre los jugadores de juegos de rol masivos en línea (MMORPG)", *Lúdicamente*, 4(7). Recuperado en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5070599.pdf>
 - Kwak, H. y Blackburn, J.(Octubre 2014) Linguistic Analysis of Toxic Behavior in an Online Video Game. En *1st EGG (Exploration on Games and Gamers) workshop*. Conferencia celebrada en Barcelona, España. Recuperado en https://www.researchgate.net/profile/Jeremy_Blackburn/publication/267157088_Linguistic_Analysis_of_Toxic_Behavior_in_an_Online_Video_Game/links/560e6b7608ae0fc513ed33cb/Linguistic-Analysis-of-Toxic-Behavior-in-an-Online-Video-Game.pdf
 - La Vanguardia (2015) "Un joven chino muere tras jugar durante 19 horas seguidas a World of Warcraft". Disponible en <http://www.lavanguardia.com/sucesos/20150306/54427928561/chino-muere-jugar-world-of-warcraft.html> [consulta: 22/6/2017].
 - Marca (2016) "LoL genera más de 1600 millones en 2015". Disponible en <http://www.marca.com/esports/2016/01/27/56a8fa1fe2704e42358b4612.html> [consulta 22/6/2017]
 - Märtens, M.; Shen, S.; Iosup, A. y Kuipers, F.(Diciembre2015) Toxicity detection in multiplayer online games. En *International Workshop on Network and Systems Support for Games*. Conferencia celebrada en Zagreb, Croacia. Recuperado en https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi3x_qZsNPUAhUH1hoKHe_XAtkQFggnMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ds.ewi.tudelft.nl%2F~iosup%2FArticles%2Fonline-games-toxicity15netgames_cr.pdf&usq=AFQjCNE0FMpO-5DIozCIGGPB_fc6JeDhdQ
 - Martínez López, R.(2011) *Mundos virtuales 3D: Una guía para padres y formadores*. Editorial UOC, Barcelona.

- Maya Jariego, I. (2004) "Sentido de comunidad y potenciación comunitaria", *Apuntes de Psicología*, 22(2), pp. 187-211. Recuperado en <http://www.apuntesdepsicologia.es/index.php/revista/article/download/50/52>
- Nosrati, M. y Karimi, R.(2013) "General Trends in Multiplayer Online Games", *World Applied Programming*, 3(1), pp. 1-4. Recuperado en <http://www.waprogramming.com/papers/510c0536bfdde8.88395148.pdf>
- Nuangjumnonga, T., & Mitomo, H. (Noviembre 2012). Leadership development through online gaming. En *19th ITS Biennial Conference*. Conferencia llevada a cabo en Bangkok, Tailandia. Recuperado en https://www.researchgate.net/publication/273316503_Leadership_development_through_online_gaming
- Ogan, C. y Morris, M.(2006) "The Internet as Mass Medium", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 46(1), pp. 39-50. Recuperado en https://www.researchgate.net/profile/Christine_Ogan/publication/228000173_The_Internet_as_Mass_Medium/links/0a85e53906469f33d8000000/The-Internet-as-Mass-Medium.pdf?origin=publication_detail
- Polygon (2016) "The past, present and future of League of Legends Studio Riot Games". Disponible en <https://www.polygon.com/2016/9/13/12891656/the-past-present-and-future-of-league-of-legends-studio-riot-games> [consulta: 22/6/2017]
- Rheingold, H.(1993) "The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier". Disponible en <http://www.rheingold.com/vc/book/> [consulta 22/6/17]
- Salaverría, R.(2004) "Algunos criterios para clasificar las distintas formas de difusión de información". Comentario enviado por correo electrónico a Guillermo López García el 29 de julio de 2004. Citado en López García, G.(2005) *El ecosistema digital: modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*. Universitat de València, Valencia.
- Tomei, L. A.(2010) *Lexicon of Online and Distance Learning*. Rowman & Littlefield Education, UK. Recuperado en <https://books.google.es/books?id=ktq8CLfTLHAC&pg=PA157&dq=mmor>

[ts+economy&hl=en&sa=X&ei=ajj6Uvb2DsH30gGloIHwCQ&redir_esc=y#v=onepage&q=mmorts%20economy&f=false](https://es.slideshare.net/NelsonCervantes/comunidad-y-sociedad-ferdinand-tonnies)

- Tönnies, F. (1974). *Comunidad y sociedad*. Editorial Losada.SA, Buenos Aires. Recuperado de <https://es.slideshare.net/NelsonCervantes/comunidad-y-sociedad-ferdinand-tonnies>.
- Wellman, B., Boase, J. y Chen, W.(2002) «The networked nature of community: online and offline», *It&society*, 1(1), pp. 151-165. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/94d9/77d5fbe8543b1c498e7241fb050f37960621.pdf>
- Wilbur, P. (1997): "An Archaeology of Cyberspaces: Virtuality, Community, Identity", en Porter, D. y Kennedy, B. (ed.) *Internet Culture*, Routledge, New York, pp. 45-56.
- Zagalo, N. y Gonçalves, A., (2013) "Social Interaction Design in MMOs", en Quandt, T. and Kröger, S. (Eds.), *Multiplayer: The Social Aspects of Digital Gaming*, Routledge, pp. 134-144.

