

RAE-IC, Revista de la Asociación Española de
Investigación de la Comunicación

vol. 8, núm. 16 (2021), 337-355

ISSN 2341-2690

DOI: <https://doi.org/10.24137/raeic.8.16.16>



Recibido el 3 de julio de 2021
Aceptado el 25 de octubre de 2021

Interacción comunicacional de jóvenes en el videojuego móvil *Free Fire*: análisis realizado en Guajaló — Zona Sur de Quito

*Communicational interaction of Young people in the mobile video game
Free Fire: Analysis performed in Guajaló — South Zone of Quito*

Mejía Morocho, Mishell

Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC)

mishell.mejia2819@utc.edu.ec

Ron Darquea, Jairo Ariel

Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC)

jairo.ron3775@utc.edu.ec

Forma de citar este artículo:

Mejía Morocho, M. y Ron Darquea, J. A. (2021). Interacción comunicacional de jóvenes en el videojuego móvil *Free Fire*: análisis realizado en Guajaló — Zona Sur de Quito. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 8(16), 337-355.

<https://doi.org/10.24137/raeic.8.16.16>

Resumen:

El objetivo de este estudio es conocer los procesos de interacción comunicacional de los jóvenes en el videojuego móvil *Free Fire* y así entender su ambiente comunicacional. Para llevar a cabo este estudio, se utilizó la metodología cualitativa y cuantitativa,

además de técnicas de recopilación de datos como entrevistas, etnografía virtual y grupos de discusión. Los resultados visibilizan las interacciones presentes en los usuarios haciendo énfasis en las experiencias y perspectivas de los jugadores, además de las relaciones y aspectos sociales a los que están expuestas las personas en estas nuevas formas de comunicación virtual.

Palabras clave: ambiente comunicacional, comunicación, interacciones, jóvenes, relaciones sociales, videojuego.

Abstract:

The objective of this study is to know the communicational interaction processes of young people in the *Free Fire* mobile video game and thus understand their communicational environment. To carry out this study, the equalitative an quantitative methodology was used, as well as data collection intuments such as interviews, virtual ethnography and discussion groups. The results make visible the interactions present in the users, emphasizing the experiences and perspectives of player, as well as the relationship and social aspects to which people are exposed in these new forms of virtual communication.

Keywords: communicational environment, communication, interactions, youth, social relationships, video game.

1. INTRODUCCIÓN

Los teléfonos celulares se han convertido en un medio de entretenimiento cada vez más avanzado, común y accesible para la mayoría de personas, estos evolucionaron y trajeron consigo aplicaciones, herramientas y juegos que incorporan características novedosas desde cuidar a una mascota virtual (*Pou*), hasta cooperar con personas desconocidas entre sí para lograr un objetivo (*Among us*), estos juegos abren ventanas de conexión gracias a las redes sociales y eso hace que su crecimiento sea exponencial, además Moral y Guzmán (2016) afirman que “los juegos alojados en redes sociales

posibilitan que personas de diferentes lugares del planeta interactúen entre sí” (p. 219). Lo que desemboca en nuevas formas de socialización que no son conocidas para muchas personas.

Uno de estos videojuegos es *Free Fire (tiro libre)* que con sus características comunicacionales ha creado una comunidad virtual donde existen interacciones que ayudan a relacionarse con los demás, debido a esto, es uno de los más descargados en el Ecuador, así lo expuso una encuesta realizada por el diario “El Universo” en diciembre del 2020; además, es un videojuego popular entre los jóvenes, pero según varios medios de comunicación, (*El Universo, El Comercio*) crea conflictos de conducta en adolescentes, es por eso que desde el campo de la comunicación es importante dar a conocer el ambiente en el que se desarrollan los procesos de interacción social en los que participan los jóvenes ya que este tipo de juegos se vuelven más populares cada día.

Por todo lo expuesto anteriormente, el presente escrito buscará hacer un primer acercamiento al videojuego para así responder a los siguientes objetivos: detallar el videojuego móvil *Free Fire* para identificar aspectos que permitan entenderlo, analizar las experiencias de los jugadores y comprender las relaciones comunicacionales entre los usuarios, por último explicar la percepción comunicacional que tienen los jóvenes dentro de este videojuego.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ¿QUÉ ES *FREE FIRE*?

Free Fire, es un juego desarrollado en el año 2017 por *111dots studios* y distribuido por *Garena*, este es un juego “*battle royal*” en donde pueden entrar hasta 50 jugadores por partida, estos son arrojados a una isla desde un avión, su objetivo principal, es ser el último sobreviviente y para esto deben eliminarse unos a otros; el juego ofrece diferentes tipos de armas y aditamentos, se puede jugar solo, en dúo o en escuadras y todo esto con la posibilidad de comunicarse en tiempo real entre los miembros del equipo.

Este videojuego móvil está dirigido a una población joven de más de 18 años de edad interesada en el *shooter* o juego de disparos, ya que su género es netamente de acción,

además hace colaboraciones con diferentes series, videojuegos y personajes conocidos o del mismo ámbito (*La Casa de Papel, Street Fighter, Cristiano Ronaldo, entre otras*), esto a su vez permite ampliar la comunidad de usuarios que se interesan por este videojuego, el mismo que está dividido por regiones y cuenta con diferentes idiomas, cabe aclarar que este estudio se llevó a cabo en la región de Latinoamérica Norte que comprende países como Colombia, Belice, Antillas, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Jamaica, Nicaragua, Panamá, República Dominicana, Surinam y Venezuela.

La página oficial de este videojuego muestra que implementa actualizaciones constantes para aumentar y mejorar características, también agrega nuevos modos de juego de los cuales destacan el *“battle royal”* y *“duelo de escuadras”* según la opinión de los voluntarios; estos modos de juego tienen sus variantes, una normal donde no se obtienen niveles y una clasificatoria donde existen rangos que se alcanzan sumando puntos, se puede hacer solo o trabajando en equipo.

La comunicación y la interacción entre los jugadores online se justifica a partir del juego y la diversión que supone subir de nivel con el esfuerzo personal y la colaboración de otros, intercambiando experiencias y/o servicios que redunden en el bien común, permitiéndoles crecer en el juego y, por tanto ganar (Moral y Guzmán, 2016, p. 219).

Entonces se puede decir, que la posibilidad de jugar en equipo es una característica que hace a los jugadores más sociables lo que permite que se diviertan y así logren cumplir rápido los objetivos propuestos.

2.2. CARACTERÍSTICAS DEL VIDEOJUEGO MÓVIL

Ahora bien, las características más importantes en base a la observación participante es el poder comunicarse con los demás usuarios a través de un micrófono en tiempo real, el cual se puede activar o desactivar cuando el jugador así lo desee, también se puede denunciar comportamientos no deseados. El juego ofrece la posibilidad de vincular redes sociales, esto ayuda a que el perfil del usuario empiece con conocidos, pero de no ser el caso ofrece la posibilidad de hacer amigos dentro del mismo como una red social.

Las redes sociales son lazos que se crean entre personas cuando interactuamos las unas con las otras dentro de un espacio de comunicación y conectividad abierto, horizontal y bidireccional. La formación de redes sociales es ineludible ya que somos seres sociales y nos necesitamos los unos a los otros. Las redes sociales pueden ser analógicas (cara-a-cara) o digitales (a través de un ordenador o dispositivo móvil) (Camero, 2015, p. 189).

Esto convierte a *Free Fire*, en una comunidad virtual viva, en la que se puede conocer personas y donde hay un flujo de información impresionante. Otra de las características del videojuego móvil, es la posibilidad de escribir textos en un chat, el cual se amolda a las necesidades del usuario (*un chat global, un chat del clan, un chat de amigos, y un chat de equipo*), estos se encuentran censurados y regulados para evitar expresiones descorteses y filtraciones de información.

Esto pone en manifiesto las posibilidades que tiene la sociedad actual para comunicarse sincrónica o asincrónicamente a través de múltiples plataformas y de distintas herramientas. De este modo, las posibilidades que tenemos las personas para vivir dentro de la cultura de la participación son ilimitadas (Cano, 2017, p. 6).

También cuenta con *emotes*, los cuales son animaciones que tienen los diferentes personajes para demostrar emociones y reacciones de los jugadores, según Raczkowski (2019) “Los *emotes* son principalmente una herramienta de autoexpresión del jugador” (p. 2).

Estos *emotes* se pueden adquirir mediante concursos, eventos o micro transacciones de dinero las cuales dentro del juego se convierten en diamantes que también sirven para adquirir *skins (vestuario)*, personajes (*masculino/femenino*) y mascotas. Tomic (2019) afirma que “Los editores a menudo ofrecen contenido adicional, que se puede comprar a bajo precio, lo que brinda un nuevo uso funcional de la aplicación o hace un cierto cambio en el diseño” (p. 18). Lo cual deja al descubierto la importancia del dinero y aunque el juego es gratuito, si no se recarga, no se pueden tener complementos únicos que ofrece el mismo; de esta manera se impide el progreso personal debido a que muchas personas empiezan a discriminar la falta de estos elementos haciendo referencia a su clase social (Gendler, 2014).

Por último, está la *sala de socialización*, donde los usuarios pueden interactuar realizando varias actividades con cualquier jugador que se encuentre dentro de este modo de juego, cambiando el combate por la socialización y el encuentro, todo esto gracias a la creación de canales y herramientas que facilitan la interacción social en un contexto analógico y digital (Cano, 2017).

2.3. ¿QUÉ HACER EN EL JUEGO?

Además de los diferentes modos jugables los usuarios tienen la opción de realizar metas diarias, semanales y acumulativas para obtener recompensas. También se puede jugar para mejorar la jerarquía, la cual va desde la más baja en escala ascendente (*bronce, plata, oro, platino, diamante, heroico*) hasta la más alta (*gran maestro*), todo esto antes que la temporada termine y se reinicien los rangos alcanzados.

Así mismo se pueden crear “*clanes*” que son asociaciones de jugadores congregados con un nombre y logo particular (Ceballos y Mejía, 2018). Estos grupos incorporan hasta 50 usuarios y están regulados por delegados llamados “*decanos*”, quienes son elegidos por el *líder del clan* y se encargan de aceptar, rechazar o desvincular a aspirantes. Según Reich y Vorderer (2015) sostienen que “Uno de los alicientes que contribuyen a la fidelización de los usuarios a estos juegos virtuales es la oportunidad que se les ofrece para desempeñar y asumir determinados roles” (p. 7). Además Guenaga, Equiluz y Torientes (2015) afirman que “Evidentemente, la posibilidad de establecer lazos reales con otros usuarios de la red, a propósito de tareas compartidas en un juego online, supone una gran motivación al asumir roles complementarios, no excluyentes, adscritos a las técnicas de negociación ganar-ganar” (p. 8).

Los *clanes* o equipos poseen actividades semanales las mismas que pueden ser realizadas por todos en conjunto, sí se logran cumplir, reciben una “*tarjeta de sala*” cada uno de los miembros, este es un pase a un juego privado con reglas propias y con las personas que se desee, muchas de las “*salas*” privadas son usadas para el disfrute del clan o de cada persona, ya que suelen ser utilizadas para pedir duelos a otros jugadores o realizar eventos entre clanes, aunque las *salas* no fueron diseñadas para estas prácticas son muy solicitadas por todos los miembros y en algunos casos se usan como

trueque no oficial, por lo que el jugador se transforma en un coproductor de reglas y comportamientos en el juego por el simple hecho de jugar adaptando su entorno para su disfrute y conveniencia. (Cabañes, 2012, p. 69)

En las *salas* se puede hacer desde partidas grandes que son los “*battle royal*”, hasta los “*duelos de escuadras*”, otra forma de usar estas salas, es retando a otros jugadores a un duelo, uno versus uno o en equipos.

2.4. ACERCA DE LAS COMUNIDADES

Un jugador promedio de este videojuego, participará en varias partidas hasta que alguien lo invite a su equipo en referencia a los datos, Arioranta y Siitonen (2018) explican que “si un juego depende de múltiples actores (*humanos*), contendrán algún tipo de interacción de jugador a jugador. Esto, a su vez, abre una ventana de oportunidad para que surja la interacción social” (s/p), estas acciones crean lazos de compañerismo que son profundizados y llevados fuera del juego.

Dicho de otra manera los lazos sociales creados entre los usuarios de este videojuego, no solo están dentro del mismo sino que migran a otras plataformas o redes sociales (*Facebook, Whatsapp, Telegram, Instagram, Youtube*) debido a que muchos de estos se comunican, organizan, envían y solicitan información, generando comunidades virtuales las cuales según Aracil (2008) son “Un sitio de internet donde un conjunto de personas comparten los mismos intereses y necesidades. En él se da una interacción y comunicación entre los miembros, y la vinculación de los miembros con su comunidad virtual” (p. 2).

Pero, aunque las comunidades virtuales no son totalmente iguales a las comunidades offline, porque aparecen y desaparecen constantemente, Márquez (2008) afirma que el flujo de información entre los usuarios si perdura. Con todo esto, podemos entender entonces que la comunidad virtual de *Free Fire*, no es más, que una comunidad de información que cambia constantemente, pero que se mantiene por el interés y las interacciones de los jugadores en el videojuego móvil y este al recibir cada día más usuarios conforma un grupo más consolidado.

3. METODOLOGÍA

Se utilizó un diseño no experimental transversal de carácter exploratorio descriptivo con un enfoque cualitativo y cuantitativo además de técnicas como entrevistas, etnografía virtual y grupos de discusión, para esto se usó instrumentos de recopilación de datos como fichas de observación, diario de campo y guía de preguntas.

Igualmente tomamos los conceptos de **jugabilidad** y **mundo del juego**, para adentrarnos en él y comprenderlo de una forma más completa como describe el artículo, *Playing Research: Methodological approaches to game analysis* de Espen Aarseth.

Existen tres formas principales de adquirir conocimiento sobre el juego. En primer lugar, podemos estudiar el diseño, las reglas y la mecánica del juego, en la medida en la que estén disponibles para nosotros, por ejemplo, hablando con los desarrolladores del juego. En segundo lugar, podemos observar a otros jugadores, o leer sus informes o reseñas, y esperar que su conocimiento sea representativo y su juego competente. En tercer lugar, podemos jugar el juego nosotros mismos. Si bien todos los métodos son válidos claramente la tercera vía es la mejor, especialmente si se combina o se refuerza con las otras dos (Aarseth, 2003, p. 3).

Entonces un juego puede ser analizado de manera global estudiando la interacción de los jugadores, además de estar en contacto directo con el mismo, en otras palabras, fuimos partícipes activos en la recopilación de datos, lo cual nos ayudó a entender a profundidad el juego, sus reglas y a sus usuarios.

Para esta investigación se tomó como muestra un barrio de la zona sur de Quito - Guajaló, en donde ubicamos a un grupo de jóvenes de edad comprendida entre 18 y 24 años, los mismos que presentaron un problema con respecto a este videojuego móvil. Para comenzar el estudio, dividimos el grupo de investigación en tres partes, seis voluntarios para un seguimiento personal, seis jóvenes que participaron en un grupo de discusión y tres personas para entrevistas.

Los primeros seis voluntarios fueron tres chicas y tres chicos, que aceptaron reunir información por separado a lo largo de cinco semanas de lunes a viernes, durante dos horas diarias ya que cada partida de “*duelo de escuadras*” dura máximo 15 minutos,

344

para luego llenar fichas de observación que registraban y cuantificaban las diferentes interacciones entre los usuarios, ya que en cada partida los jugadores son emparejados aleatoriamente con tres personas para formar la escuadra y cuatro personas como enemigos dando como resultado la observación de 8 personas por partida.

A continuación, estas 6 personas fueron partícipes del primer grupo de discusión y otras seis de un segundo grupo de discusión, en los dos grupos se buscó respuestas mediante una guía de preguntas las cuáles se basaron en su experiencia de juego, ambiente social virtual y trayectoria como video jugadores, para complementar este estudio, se realizaron entrevistas a tres jóvenes que reforzaron la investigación de una forma cualitativa mediante otra guía de preguntas.

4. RESULTADOS

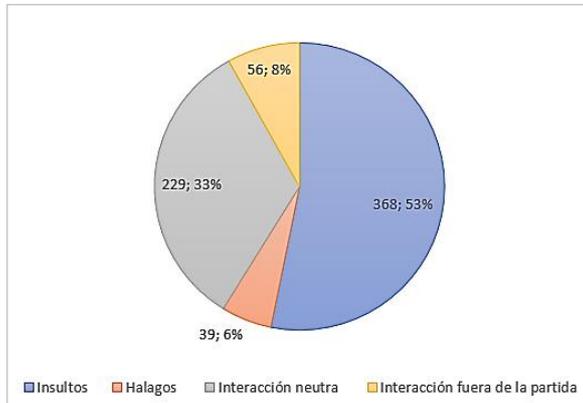
El siguiente punto tratará sobre los datos que fueron recopilados durante las cinco semanas de investigación y posteriormente analizados, en primer lugar tenemos las fichas de observación en las que se buscó cuantificar la mayor cantidad de interacciones que mostraron un espectro más amplio sobre la convergencia de los usuarios, su comunicación y comportamiento en el videojuego móvil.

Las fichas de observación cuentan con los siguientes indicadores: interacciones verbales, acciones del avatar e interacciones fuera de la partida; cabe mencionar que cada observador estuvo en contacto con 7 jugadores por partida, de los cuales 3 fueron aliados y se podían registrar las acciones del avatar y las interacciones verbales porque el micrófono dentro del juego solo da la opción de comunicarte con los compañeros, de los otros 4 usuarios (*enemigos*) se registró las acciones con el avatar y en casos específicos se logró anotar sus interacciones verbales esto gracias al indicador de las interacciones fuera del juego.

Esta investigación identificó a lo largo de las 5 semanas que en 1310 partidas jugadas por parte de los voluntarios y de nosotros como investigadores se encontró 692 interacciones verbales cuantificables que responden a: 368 insultos que representan el 53%, 229 conversaciones neutras que representan el 33%, 56 acciones fuera del juego

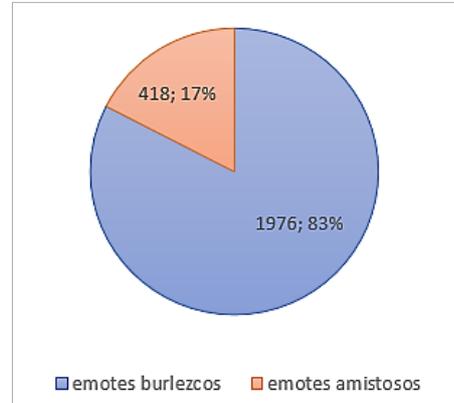
que representan 8% y 39 halagos que representan un 6 %, además se identificó un total de 2394 *emotes* donde el 17% son en forma amistosa y el 83% son burlescos.

Gráfico 1. Interacciones verbales



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 2. Interacciones con emotes



Fuente: Elaboración propia

Como primer punto se analizará las interacciones verbales que tienen como indicadores insultos, halagos, conversaciones neutras e interacciones fuera de la partida, en los gráficos se puede evidenciar que los insultos tienen el mayor porcentaje en comparación a los demás indicadores, en esta sub-sección (*insultos*) se pudo encontrar palabras como: tonto, bobo, manco, acarreado, ladrón, inútil, rata, campero, tramposo, cobarde, boot y sin mencionar palabras más explícitas, los jugadores opinan que estas expresiones afectan mínimamente a la socialización pero en la mayoría de casos tratan de ignorarlos u omitirlos.

Otra sub-sección son las interacciones neutras, en las que se registró varias conversaciones entre usuarios que iban desde organizarse como escuadra o planificar una estrategia hasta charlas entre amigos que no tenían ninguna relación con el juego. Por otro lado la sub-sección de interacciones fuera de la partida recopiló información de jugadores, que después de acabada la partida se contactaban con los usuarios (*compañeros o enemigos*) para interactuar, conversar, invitar, solicitar ayuda o para retar a duelos.

Por último está la subsección de halagos que registra menos interacciones, aquí se encontró pequeñas frases como: juegas bien, buena jugada, bien hermano, buena crack

entre otras, los jugadores en base a los grupos focales afirmaron que esto los motivaba para jugar mejor ya que dentro de toda la competitividad estos actos de empatía culminaban en conocer personas que después se convertían en nuevos amigos.

Como segundo punto están las interacciones con *emotes* que tienen como indicadores: acciones del avatar de forma burlesca y amistosa. En las gráficas se puede observar que los movimientos burlescos tienen mayor número de interacciones registrando *emotes* como: risas, señales de muerte, bailes, entre otros y en los *emotes* amistosos se pudo evidenciar movimientos del avatar como: regalo de rosas, corazones y aplausos.

Estas interacciones con *emotes* están presentes en el juego para demostrar distintas emociones (*diversión, euforia, tristeza, enojo, entre otros*) como símbolos visuales que no tienen un concepto en general, cabe destacar que estos son entendidos en base al momento en el que son utilizados, por ejemplo en las investigaciones la mayoría de *emotes* burlescos venían de la escuadra enemiga, esto para realizar provocaciones.

Los *emotes* amistosos por otro lado en su mayoría venían de la misma escuadra con el objetivo de buscar amigos o felicitar a los compañeros, generando reacciones distintas en cada persona con base al contexto de cada partida jugada (*victoria, derrota*). También se debe mencionar que un *emote* entre compañeros de una escuadra puede indicar apoyo y compañerismo por ejemplo *emote* de aplausos después de una ronda, pero si un enemigo realiza esta acción después de eliminarte puede significar lo contrario (*burla, provocación*) entonces para comprender esta comunicación no verbal es necesario comprender el contexto y los mecanismos simbólicos de la comunicación entre los usuarios así lo afirma Cabañes (2012) “El videojuego opera sobre lo simbólico de este modo, pero también a través de la modificación de nuestra interfaz sensorial-tecnológica, lo que implica *per se* un modo diferente de aprehender el mundo” (p. 65).

Ahora bien, si se suman las interacciones negativas (*insultos y emotes burlescos*) se puede inferir que las interacciones comunicacionales dentro del video juego móvil *Free Fire* hacen al juego negativo, sin embargo con la información de respaldo y nuestra propia experiencia se sabe que las interacciones negativas que vienen de parte de los usuarios son breves y causan reacciones efímeras en los jugadores.

Por otro lado las interacciones positivas y neutras como halagos, *emotes* amistosos o invitaciones a más partidas generan interacciones comunicacionales más fuertes y duraderas entre los usuarios siendo una razón importante para seguir en el juego. Al respecto de esto Koop (2015) afirma que “El juego promueve la posibilidad de generar nuevas relaciones, en tanto la acción es vivida simultáneamente con otros jugadores cada uno con su personaje” (p. 5).

Lo que afirma el autor es cierto pues *Free Fire* promueve la creación de lazos en cada uno de sus modos jugables, ya que el juego incita a no ser violento porque tiene regulaciones en mensajes y conductas además ofrece la posibilidad de denunciar a usuarios agresivos o que rompen las reglas.

Sin embargo, con todo esto las interacciones negativas no desaparecen y según Aragón (2011) dice que “No podemos negar que estos contenidos estén presentes, pero debemos convertirlos en contenidos para el debate, la reflexión, el posicionamiento; en definitiva para el aprendizaje y la construcción de la identidad individual y social” (p. 102). Con todo lo dicho hasta aquí se puede visibilizar un panorama más amplio que ayuda a comprender el ambiente general y comunicacional del videojuego móvil.

Como segundo método de recopilación de información, se empleó dos grupos de discusión en los cuales se estudió el comportamiento comunicacional y social a través de una guía preguntas que fueron realizadas mediante una plataforma de videoconferencia, estas ahondaron sobre su experiencia como video jugadores, además se complementó con las respuestas de sus compañeros, todas contaron con opiniones y anécdotas que pusieron en manifiesto su sentir mientras jugaban o interactuaban dentro del videojuego móvil.

Las entrevistas por otro lado dieron una visión técnica y logística, debido a que las tres personas entrevistadas eran jugadores experimentados, que no solo jugaban por diversión sino para realizar contenido en base al videojuego, ya que *Garena* posee su propia plataforma de *streaming* en la que muchas personas suben material audiovisual sobre el juego.

A su vez las entrevistas mostraron que el videojuego consta de términos adaptados muy comunes que han ido evolucionando en base a los jugadores y a los cambios del juego, algunos de los que podemos mencionar son: macro (*pirata informático*), manco (*inútil*), hacker (*pirata informático*), boot (*nuevo jugador*), emotisa (*serie de movimientos del personaje con fin de burla*) entre muchos otros.

Algunos de los hallazgos de los jugadores tanto en los grupos focales como en las entrevistas están presentados a continuación:

Soy Kevin Guanoquis, hace un año más o menos que empecé a jugar free fire porque estaba muy aburrido y ahora me divierto, lo que me he dado cuenta es que las personas a veces se apegan tanto al juego que se estresan porque van perdiendo y eso les genera tanta molestia que usan los medios necesarios para mostrar a sus compañeros que están molestos, una vez me insultaron en otro idioma, el muchacho gritaba y gritaba, creo que estas personas deben entender que esto es un juego.

Me llamo Kevin Tirado, juego Free Fire desde que inicio, es muy divertido y cada mes lo mejoran, lo único malo en ocasiones es la comunidad porque todos son muy competitivos y siempre quieren ganar, entonces se vuelven tóxicos, a mí me han insultado solo por llevar ropa de un rango alto, se saben burlar o decirme que no se jugar, pero claro no todos son malos hay otras personas que siempre intentan buscar amigos y puedo decir que a veces hasta ayudo a subir de rangos a algunas personas.

Mi nombre es Luis Arturo Díaz, tengo 18 años y juego desde hace 4 años, creo que la comunidad de Garena es buena en general, claro que hay gente mala que en muchas ocasiones se fijan en los rangos y la cantidad de cosas que tengas para burlarse, esas son las personas más tóxicas y usan de todo para burlarse como emotes, textos y hasta el micrófono cuando este debería ser solo para coordinar los juegos y así obtener la victoria. Estos insultos son muy grotescos, yo tengo muchas malas experiencias, pero siempre las trato de evitar, un día tuve una pelea con un primo mío que se puede decir, me robo la cuenta y no lo aceptaba.

Me llamo William Israel tengo 33 años, conocí el juego a través de mis primos, son 3 años que lo llevo jugando, en este juego he podido conocer muchísima gente, hoy en día son mis amigos virtuales. Me he dado cuenta que hay muchas personas inmaduras que

se burlan, critican y hasta insultan, estos comportamientos no estaban en los principios del juego, creo que el micrófono ayuda mucho si se lo sabe utilizar bien. Por último, creo que los emotes ayudan a comunicarse con las personas de una manera diferente.

Mi nombre es Zaida Mejía, el free fire ha sido uno de los juegos que no me arrepiento de haber descargado, es divertido y en sus principios se podía disfrutar más porque no había tanta gente que pensara en ganar lo único que se pensaba al principio era divertirse además había personas más maduras, hoy en día me he dado cuenta que hay muchos niños y ellos son los que más gritan o se estresan tengo muchas malas experiencias con niños y no entiendo cómo pueden tener ese vocabulario tan soez.

Me llamo Evelyn Cedeño, yo juego hace dos años y tengo muchos amigos, tenemos un grupo de WhatsApp por el clan que se creó y en él, nos ponemos de acuerdo para hacer las misiones y ganar salas. Nos llevamos muy bien, y no he tenido malas experiencias ni al principio porque entre a jugar solo con mis amigos y mis primos entonces ellos me han enseñado lo que se... a veces sí he notado lo de los emotes y tengo que decir que yo también los hago, es por ese sentimiento de venganza que nace cuando se burlan de ti.

Mi nombre es Gianela Vélez, tengo 23 años, llevo jugando alrededor de dos años, conocí el juego en redes sociales por seguidores que me lo recomendaron. Desde que lo comencé a jugar no he parado y ahora hago en vivos en Facebook, creo que el juego ha abierto más espacios para entretenerse. La comunidad en el juego es bastante normal, yo he encontrado varios amigos y no solo de mi zona sino de varios lugares del Ecuador y del mundo. He visto también que se ocasionan muchas peleas y se dan por perder alguna partida o no poder jugar bien personalmente he recibido varios insultos y no solo en el juego sino también por parte de mis seguidores los cuales me decían que si no sabía jugar me salga, otro de las actitudes negativas que he notado han sido los emotes porque con ellos se burlan de los demás.

Hasta aquí los hallazgos más representativos que se pueden destacar son: la competitividad que existe entre los jugadores (*rivalidad*), la influencia del dinero que conlleva a una distinción de clases (*discriminación*), el nivel de habilidad dentro del juego que también puede ser un motivo de actitudes (*insultos, halagos*) y como personas novatas caen fácilmente en provocaciones.

Por otro lado también podemos observar la posibilidad de socializar con muchas personas (*comunicación*), el generar estrategias con otros usuarios buscando el bien común (*compañerismo*), olvidarse del estrés diario (*diversión*), y la nueva apertura de canales de comunicación (*desarrollo*).

Teniendo estas aristas cubiertas, podemos decir que el juego es muy rico en cuanto a relaciones comunicacionales y sociales, las cuales hacen que sea entretenido ayudando a las personas a relacionarse de una manera sencilla y rápida.

Es importante mencionar que después de hacer una comparación con los datos obtenidos con las fichas de observación, los grupos focales y las entrevistas, se pudo observar que aunque existen interacciones como insultos o burlas la mayoría de jugadores prefieren ignorarlos y concentrarse en su objetivo hasta el punto de justificar estas acciones según el resultado de la partida o el nivel de jugador.

5. CONCLUSIONES

Con base a lo investigado se ha logrado responder a los objetivos planteados en este tema de la siguiente manera:

El videojuego móvil *Free Fire*, es un submundo virtual con sus propias reglas y comportamientos definidos no solo por la empresa sino también por los usuarios, ya que aportan a la plataforma términos en constante construcción, lleno de interacciones verbales, textuales y visuales, haciéndolo un objeto muy complejo de estudio, sobretodo en el comportamiento social, ya que sobrepasa la barrera del entretenimiento y anima a la socialización como una comunidad virtual que está unida por el interés de los usuarios, esto solo hace que el juego mejore y profundice sus características comunicacionales día con día por la propia demanda de sus jugadores.

Otro rasgo observado en la investigación, muestra que los jóvenes describen en base a su percepción que muchas de las relaciones comunicacionales existentes en el ambiente global de *Free Fire* son positivas, gracias a la facilidad para interactuar con personas no solo de la zona cercana, sino de varias partes del mundo, lo cual ayuda a conocer diferentes culturas y esto le da un plus al video juego móvil, haciéndolo más atractivo

para los jóvenes según sus palabras, pero eso no excluye la violencia verbal, textual y visual presente en el juego que debe ser corregida.

Existen aspectos que influyen en el comportamiento de los usuarios donde la competitividad genera e impulsa interacciones violentas, términos despectivos y groseros que luego son normalizados, ignorados, aceptados o justificados, esto minimiza acciones agresivas al punto de no ser un impedimento para el disfrute general del juego, pero se debe aclarar que el videojuego móvil *Free Fire* no busca generar un ambiente comunicacional virtual negativo, debido a que implanta regulaciones dentro del mismo con el fin de alentar la amistad o colaboración entre los usuarios de su comunidad, siendo su objetivo el entregar diversión, relajamiento, ocio y aunque a nadie le guste perder, no se debe olvidar que el juego es un mundo virtual, pero que personas reales interactúan allí.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aarseth, E. (2003). *Playing Research: Methodological approaches to game analysis*.

Universidad de Bergen

Among us. Recuperado de <https://cutt.ly/RRM4ltz>

Aracil, P. (2008). *Manual de introducción a las comunidades virtuales*. Barcelona: UOC.

Aragón, Y. (2011). Desarmando el poder antisocial de los videojuegos. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 14(2), 97-103.

Recuperado de <https://cutt.ly/6RM4YmG>

Arjoranta, J. y Siiltonen, J. (2018). Why do players misuse emotes in hearthstone?

Negotiating the use of communicative affordances in an online multiplayer game.

Game Studies: The international journal of computer game research, 18(2).

Recuperado de http://gamestudies.org/1802/articles/arjoranta_siitonen

Booyah. (2019). *Canal para streamers*. Recuperado de <https://booyah.live/>

Cabañes, E. (2012). Del juego simbólico al videojuego: la evolución de los espacios de producción simbólica. *Revista de estudios juventud*, 98(12), 61-76. Recuperado de http://www.injuve.es/sites/default/files/Revista98_5.pdf

Camero, L. (2015). Comunidades tecnosociales. Evolución de la comunicación analógica hacia la interacción analógico-digital. *Revista Mediterránea de Comunicación* 6(1), 187-195. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2015.6.1.11>

Cano, L. (2017). El auge de los nuevos modelos comunicativos: conectividad transmedia y conectividad tecnosocial. Estudio de caso: La liga de optimistas pragmáticos. *Index.comunicación*, 7(1), 219-241. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6277988>

Ceballos, D. y Mejía, C. (2018). Videojuegos de rol en línea: Interacción, habilidades, evolución de los personajes, sentido de la fama y el clan. *Revista Luciérnaga*, 10(19), 25-38. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v10n19a2>

El Comercio (18 de septiembre del 2020). Fiscalía de Chimborazo investiga si la muerte de un adolescente está vinculada o no a un juego de internet. *Elcomercio.com*. Recuperado de <https://cutt.ly/IRM7Aty>

El Comercio (31 de mayo del 2021). Niño de honduras muere por adicción al juego free fire. *Elcomercio.com*. Recuperado de <https://cutt.ly/MRM7Pe7>

El Universo (4 de octubre del 2020). Cuando los videojuegos enanchan y son un vicio dañino. *Eluniverso.com*. Recuperado de: <https://cutt.ly/NRM7IHn>

El Universo (27 de diciembre del 2020). Parchis star y Minecraft, entre los diez juegos móviles más descargados durante la pandemia del Ecuador. *Eluniverso.com*. Recuperado de <https://cutt.ly/JRM7UaF>

FFmania (2021). Free Fire news: actualizaciones de free fire. Recuperado de <https://www.freefiremania.com.br/noticias-es.html>

Free fire (2018). Free Fire-Latam. Recuperado de

<https://www.youtube.com/c/FreeFireLATAM/videos>

Garena (2017). Free fire. Recuperado el 20 de junio del 2021 de

<https://ffsoporte.garena.com/hc/es-419>

Garena (2020). Gremios/clanes. Recuperado de <https://cutt.ly/uRM63fS>

Gendler, M. (2014). Mucho más que solo jugar: acciones de resistencia y practicas alternativas en los juegos online. *VIII Jornadas de Sociología de la UNLP*, Ensenada, 3-5 de diciembre. Recuperado de <https://cutt.ly/wRM5gDY>

Guenaga, M., Eguiluz, A., Jerez, A. y Torientes, E. (2015). Un juego serio para desarrollar y evaluar la competencia de trabajo en Equipo. *IE Comunicaciones*, 21, 3-11. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5113264>

Koop, J. I. (2015). Resumen de tesis de licenciatura: Un estudio del juego entre los jugadores de juegos de rol masivos en línea (MMORPG). *Revista Lúdicamente*, 4(7). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5070599>

Márquez, I. (2008). Comunidades virtuales en tiempos de flujos: el caso de Second Life. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 13, 183-193. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0808110183A>

Moral, E. y Guzmán, A. (2016). Jugar en red social: ¿Adicción digital versus comunicación e interacción en cityville? *Cuadernos.info*, 38, 217-231. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.38.810>

Pou. Recuperado de <https://cutt.ly/eRM54nS>

Tomic, N. (2019). Economic model of microtransactions in video games. *Journal of Economic Science Research*, 1(1). <https://doi.org/10.30564/jesr.v1i1.439>

Raczkowski, F. (2019). *Juegos y gestos: Comentarios sobre gestos en juegos digitales en línea*. Universidad de Bayreuth. 38-95448

Reich, S. y Vorderer, P. (2015). Online games, player experiences. *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society*, 1(12). Recuperado de <https://cutt.ly/GRM6xdI>