



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**ANÁLISIS DEL METAVERSO Y LAS INTERACCIONES EN VIDEOJUEGOS DE
TIPO SANDBOX: ESTUDIO DE CASO: GRAND THEFT AUTO V ONLINE**

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de Licenciado en Comunicación

AUTOR: ANDRÉ NICOLÁS DÁVILA CHEDIAK

TUTOR: HENRY ANDRÉS ESCOBAR TOBAR

Quito – Ecuador

2023

**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

Yo, **André Nicolás Dávila Chediak** con documento de identificación N° **1721540407** manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 21 de marzo del año 2023

Atentamente,



André Nicolás Dávila Chediak

1721540407

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, **André Nicolás Dávila Chediak** con documento de identificación N° **1721540407**, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Artículo Académico: Análisis del metaverso y las interacciones en videojuegos de tipo sandbox: Estudio de caso: Grand Theft Auto V Online, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: **Licenciado en Comunicación**, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 21 de marzo del año 2023

Atentamente,



André Nicolás Dávila Chediak

1721540407

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Henry Andrés Escobar Tibán con documento de identificación N° 1600526386, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: **ANÁLISIS DEL METAVERSO Y LAS INTERACCIONES EN VIDEOJUEGOS DE TIPO SANDBOX: ESTUDIO DE CASO: GRAND THEFT AUTO V ONLINE**, realizado por André Nicolás Dávila Chediak con documento de identificación N° 1721540407, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Artículo Académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 21 de marzo del año 2023

Atentamente,



Lic. Henry Andrés Escobar Tibán

1600526386

DEDICATORIA

Este documento va en honor a mi madre, y a mis dos abuelas, Gloria y Laura.
Aquellas personas que han depositado su completa confianza en mí y me han brindado
un apoyo incondicional a lo largo de mi vida.
Celebrando logros como imponiendo castigos, así es como he crecido y he llegado a ser
la persona que soy en la actualidad.

Por toda la paciencia, lucha, y resistencia, hago este escrito en su nombre.
Gracias a mi madre, Paddy Chediak, por todo lo que me ha sabido entregar para hacer
que mi vida sea llena de lujos, tanto en lo material como en lo incorpóreo. Estoy
consciente de todos los percances que ha sufrido, y doy gracias cada día por tenerla aún
a mi lado. Anhele que podamos compartir muchos más años juntos y logremos superar
cualquier barrera.

Te amo con toda mi vida madre.

Finalmente, doy gracias a todas las personas que poseen un grado de aprecio hacia mi
persona, no puedo describir a cada una de ellas, sin embargo, poseo la inteligencia y el
criterio suficiente para saber quiénes son, y quiénes merecen mi lealtad.

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo demostrar los avances actuales del metaverso. El videojuego Grand Theft Auto V Online será utilizado para llegar a identificar aquellos conceptos en donde el metaverso puede ser descrito. Para tener una aproximación hacia el metaverso, este se debe comprender como una red virtual destinada a optimizar las interacciones sociales, priorizando la inmediatez en las acciones y en los mensajes, haciendo que cada actividad sea realizada en el mejor tiempo posible.

El videojuego visto como un entorno que posee elementos del mundo real es el más idóneo para identificar y demostrar los tipos de interacciones que se presentan durante su jugabilidad. De esta forma se desea responder, ¿Qué es el metaverso y cómo puede ser demostrado por medio de un videojuego?

La importancia que involucra elaborar estudios e investigaciones en torno al metaverso se debe a la desinformación que se tiene sobre esta temática, misma que evidencia la falta de conocimiento no solo en el ámbito tecnológico, sino en lo social comunicativo. Tener al alcance herramientas modernas como la realidad virtual o dispositivos completamente inmersos a lo digital, otorga gran cantidad de oportunidades para sobresalir en los campos académicos, mejorando los tipos de enseñanzas, como las maneras de aprendizaje continuo.

Palabras clave: Metaverso, interacción, virtual, videojuegos, entornos

ABSTRACT

This research aims to demonstrate the current advances of the metaverse. The video game Grand Theft Auto V Online will be used to identify those concepts where the metaverse can be described. To have an approach to the metaverse, it must be understood as a virtual network designed to optimize social interactions, prioritizing immediacy in actions and messages, ensuring that each activity is carried out in the best possible time.

The video game seen as an environment that has elements of the real world is the most suitable to identify and demonstrate the types of interactions that occur during its gameplay. In this way you want to answer, what is the metaverse and how can it be demonstrated through a video game?

The importance involved in developing studies and research around the metaverse is due to the misinformation that exists on this subject, which shows the lack of knowledge not only in the technological field, but also in the social communicative field. Having modern tools such as virtual reality or devices capable of diving into digital immersion within reach, provides a large number of opportunities to excel in academic fields, improving the ways of teaching, such as forms of continuous learning.

Keywords: Metaverse, interaction, virtual, videogames, environment

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	01
METODOLOGÍA.....	10
RESULTADOS.....	12
CONCLUSIONES.....	23
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	26

Análisis del metaverso y las interacciones en videojuegos de tipo sandbox: Estudio de caso: Grand Theft Auto V Online

Introducción

La era digital se ha caracterizado por generar cambios en torno a la cantidad de herramientas que el ser humano implementa en aparatos tecnológicos, con el objetivo de realizar diversas actividades sin la necesidad de desplazarse por un espacio físico, entre las más cotidianas y útiles, encender las luces de alguna habitación con el uso de la voz o mediante una aplicación digital. Las compañías especializadas en este ámbito demuestran un constante interés en mejorar la calidad de vida de los seres humanos, continuamente se incorporan mejoras en dispositivos y aplicaciones móviles para que su uso sea más eficaz.

Una de las necesidades que posee el ser humano es la comunicación e interacción entre sus similares, con la llegada de las redes sociales poco a poco se solventaba dicha necesidad, sin embargo, aún subsistían brechas que impedían una comunicación más eficaz y real. Desde la creación de la primera red social SixDegrees, se abrió la posibilidad de interactuar en el mundo virtual, “Esto cambió en 1997, cuando se creó SixDegrees, la que puede considerarse como la primera red social del mundo; una red que permitía localizar a otros miembros de la red y crear listas de amigos” (De La Hera, 2022)

Con el paso de los años nuevas compañías iban creciendo y empezó el surgimiento de las redes sociales como Facebook, y las redes profesionales, como LinkedIn. El objetivo de la creación de las redes sociales era lograr conectar a las personas sin importar la distancia física, con la posibilidad de conocer a cualquier persona del mundo.

Para llevar a cabo dicho objetivo se aprovechaba la tecnología más novedosa para tratar de mejorar los tipos de comunicación en la red virtual entre seres humanos. Hoy en día se busca idear un mundo virtual que contenga características del mundo real,

como un tipo de simulación, permitiendo al usuario realizar acciones o actividades que en el plano físico le serían imposibles. Desde esta premisa entra en juego el metaverso, una red virtual que por medio de avatares, es posible relacionarse en los mundos virtuales, interactuando desde cualquier parte del mundo.

Se puede describir que el metaverso es un espacio dentro de la red virtual, que posibilita mejorar la comunicación y relación entre los seres humanos. Funciona como un sitio intangible donde cada usuario con un único y personalizable avatar, tiene la opción a desplazarse en un entorno predeterminado (siendo este lo más cercano a la realidad) donde puede realizar diversas actividades. Laeeq (2022), brinda una definición concreta sobre el metaverso,

Se refiere al concepto de un mundo virtual totalmente inmersivo donde las personas se reúnen para socializar, jugar y trabajar. Es un entorno digital simulado que combina la realidad aumentada (AR), la realidad virtual (VR), la cadena de bloques y los principios de las redes sociales para crear áreas para una rica interacción del usuario que imitan el mundo real (p. 1).

El objetivo del metaverso es lograr que los seres humanos puedan comunicarse mediante la red virtual con representaciones de sí mismo denominados avatares, entre las características del metaverso se encuentra la posibilidad de simular actividades del mundo real, compra de vestimenta o espacios de recreación, ir al cine o jugar golf. Su esquema se centra en romper las barreras del mundo real, y crear un entorno sin límites ni prohibiciones físicas, ofreciendo un espacio idóneo para entretenerse adoptando una identidad propia, como lo menciona, Umberto Domínguez (2022), “los entornos virtuales sociales ofrecen un espacio seguro a los usuarios donde pueden adoptar una identidad que no adoptarían en el mundo real al satisfacer necesidades sociales” (p. 19).

La palabra metaverso fue mencionada por primera vez en la novela de ciencia ficción, Snow Crash, creada por Neal Stephenson en 1992. Su definición es, adentrarse en un espacio tridimensional e interactuar con el uso de avatares. En la actualidad, formar parte del metaverso ya no es una idea futurista, es una realidad en la cual el ser humano está inmerso tecnológicamente.

Álvarez y Carrasco (2022) en su análisis mencionan, “Desde un punto de vista jurídico, un metaverso es una infraestructura de red que cursa respecto de sus contenidos como una plataforma, con una estructura dominical centralizada y una relación usuario-proveedor” (p. 1). Este nuevo escenario comunicativo representa una revolución en los comercios desde la virtualidad, generando interés y potenciando marcas o servicios, con la finalidad de buscar y atraer la atención del público.

La comunicación dentro del metaverso se plantea como una red de socialización que permite la interacción entre usuarios desde cualquier parte del mundo, al igual que un teléfono celular, con mayores innovaciones a nivel tecnológico, herramientas al alcance de cualquier usuario, y una mayor variedad de contenido. López-Galiacho (2014) menciona a las nuevas generaciones como aquellas que mantienen una relación de apego sobre los dispositivos conectados a la red, “en ella cultivan sus amistades, encuentran información, pasan sus ratos de ocio. Sus relaciones con la casa y la ciudad en la que habitan están cada vez más marcadas por esa conectividad que todo lo impregna” (p. 87).

Las interrelaciones son uno de los ejes principales para que el desarrollo del metaverso sea dado de manera exitosa. La manera en la que los usuarios se desplazan por la red indica cuales son los puntos de interés para satisfacer sus actividades de entretenimiento y ocio.

Videojuegos

Para poder demostrar los avances que se describen en el metaverso, es necesario una aplicación o dispositivo capaz de entrar en la red virtual, a partir de esta particularidad se presentan a los videojuegos. Un videojuego es un medio de entretenimiento para satisfacer ciertas necesidades de los seres humanos, su evolución ha atravesado varias facetas de aceptación y rechazo. La extensa búsqueda de información ha permitido recolectar sus beneficios, María Gonzáles (2018) señala, “Se ha asociado tener buen estado emocional a jugar como medida de relajación y reducción del estrés, así como para olvidar problemas personales y, a su vez, socializar con otras personas” (p. 2).

Por el contrario, se encuentran investigaciones cuyo enfoque es describir los efectos negativos que producen los videojuegos,

“El juego patológico y la adicción a videojuegos tienen una serie de efectos negativos como una mayor desaprobación familiar y una percepción de menor apoyo familiar, provoca efectos como la ansiedad, depresión, conductas obsesivas-compulsivas, soledad, somatización, psicoticismo, sensibilidad interpersonal” (Fernández, 2019, p. 5).

Hasta el momento, los videojuegos han sufrido varios cambios atravesando etapas de transformación para lograr adecuarse a las nuevas tecnologías. Para llegar a tener una aceptación social, los creadores de videojuegos tienen como objetivo satisfacer al usuario con varias horas de diversión y entretenimiento, junto con continuas mejoras en los sistemas que manejan las interfaces de los videojuegos, con el fin de mejorar sus servicios y la percepción del usuario.

Una de las incógnitas que se presenta durante la investigación es, hallar la relación entre el metaverso y los videojuegos. Llegar a responder la pregunta del por qué conforme a los años los videojuegos son cada vez más atractivos, e influyentes es fácil de responder, así lo resuelve Yolanda Aragón, con una explicación desde la identidad social de cada individuo,

La identidad social de los videojugadores se construye mediante las interrelaciones que se producen entre los sujetos y la cultura en la que se desarrolla el juego, incorporando a su constructo tanto valores como sentimientos y significados. Así vistos, los videojuegos se convierten en mediadores de la conducta social a través de la identificación con personajes (arquetipos) (Aragón, 2011, p. 100).

Una de las razones del porqué los videojuegos han llegado a ser aclamados por el público, es por la narrativa y la experiencia del usuario. La narrativa es comprendida como el modelo en cómo se desarrolla un videojuego, desde dónde comienza, cuáles son los niveles o facetas que se debe superar para lograr llegar al final del mismo, entre otros. Para que este modelo sea ejecutado de manera correcta se necesita un sujeto que tome el papel de personaje principal. El personaje es un miembro esencial para el

progreso de una historia, puede ser considerado una persona, o un animal, siempre y cuando forme parte de una narrativa.

Los usuarios de videojuego han demostrado llegar a tener un fanatismo sobre los videojuegos, por el hecho de los protagonistas que conforman la historia, tal es el caso del mundialmente conocido Mario Bros. Aclamado fontanero que buscaba rescatar a su princesa, Peach, del castillo del malvado Bowser. La narrativa de este videojuego es superar enemigos, atravesar mundos, recolectar monedas, y evitar morir.

La perseverancia y dedicación para completar este videojuego demuestra el interés que el jugador posee para completar su cometido. La meta del jugador no se encamina totalmente en acabar la historia del videojuego, sino, se va formando conforme el jugador vaya explorando el espacio virtual, relacionándose con varios personajes y escenarios.

En la actualidad, muchos títulos son aclamados por el público por su grado de influencia, sin embargo, el enfoque está dirigido en uno de los videojuegos más vendidos de toda la historia, Grand Theft Auto V. Marc Brugat detalla un artículo en la página web de La Vanguardia, en donde explica a qué se debe el éxito del videojuego. Con una venta aproximada de 145 millones de unidades desde su lanzamiento en septiembre de 2013, la más grande innovación fue el apartado multijugador que se incluyó en la aplicación. Brugat redacta, “GTA Online era todo lo que los fans de la franquicia habían querido desde siempre: el inmenso y detallado mundo abierto de GTAV con servidores en línea para jugar con amigos” (2019).

Las altas ventas, junto con la cantidad de ingresos que este videojuego ha generado, no deja lugar a dudas el nivel de éxito y popularización que tiene sobre las pasadas y nuevas generaciones. Mauricio Gómez (2020) logra describir el por qué la temática que desarrolla el juego es tan aclamada por el público,

Comprender el contexto social de GTA V implica la inmersión dentro del videojuego y quizá, aquello que ha logrado esta última entrega de la saga es el acercamiento de los videojugadores a unas experiencias de jugabilidad ligada a las narrativas que los aproximan a estilos de vida representados en series y

películas basadas en el crimen organizado y la acción, exaltando la máxima opulencia y prestigio al cual se puede acceder a partir de dichas prácticas (p. 74).

El videojuego no tiene límite alguno más que la imaginación individual de cada jugador, las leyes permisivas y prohibitivas no existen dentro de este espacio, por lo tanto, el jugador se puede ver como un Dios que controla todo, cada acción que el videojuego dentro de su código lo permita, matar a cualquier persona por la calle, y robar autos. Como cada escenario necesita un contexto, el videojuego GTA trata de ser una simulación de la ciudad de Los Ángeles, dentro del juego la ciudad toma el nombre de “Los Santos”.

GTA V, transporta a los videojugadores a la ciudad de Los Santos, gran metrópolis que deja entrever la similitud geográfica con la ciudad de Los Ángeles, que entre otras cuestiones, nos muestra un ambiente de incertidumbre económica frente a un declive ciudadano en el cual sus ciudadanos se encuentran inmersos en múltiples problemáticas sociales lo cual lleva a los protagonistas del juego a prácticas criminales como un estilos de vida que muy bien se ejemplifican en actos como la violencia, el narcotráfico y el machismo (Gómez, 2020, p. 72)

Existe una variedad de videojuegos que poseen modalidades, *online* y *offline*. Esta última establece la interacción fuera de línea, es decir, el juego se desarrolla únicamente como ha sido creado, siguiendo una normativa, contando una historia, sin alterar su código. A diferencia del contenido Online que da la apertura a la red virtual para el uso del usuario. En este espacio el jugador puede encontrarse en la completa libertad de poder realizar lo que sea, compartiendo el espacio junto con más jugadores a tiempo real, así lo describe el artículo, El videojuego en red social: un nuevo modelo de comunicación, “Los videojuegos multijugador se englobarían dentro de aquellos que permiten la experiencia simultánea del videojuego entre un determinado número de jugadores, sin ningún tipo de relación con un entorno social más allá de la duración de cada partida” (Revuelta-Domínguez & Bernabé Sáez, 2012, p. 160).

La experiencia del jugador para hacer frente a nuevos escenarios es lo que genera interés sobre las audiencias, la total libertad y apertura a violar las leyes de orden público, es una de las características primordiales de un videojuego. En el videojuego de GTA V Online se pueden realizar diversas acciones sin ningún miedo a tener algún tipo

de repercusión, como robar una tienda, ser arrestado o inclusive morir, debido que, el personaje puede lograr evadir a la policía, o revivir en un hospital. El avatar de un usuario nunca tendrá una eliminación permanente, por lo tanto, el jugador puede experimentar con su avatar de cualquier forma posible.

Las novedades que en su momento innovaron a los consumidores, han permitido que el interés no se pierda, y se siga manteniendo su popularidad para los nuevos entornos sociales como lo es el metaverso.

Teoría de los efectos

Los estudios del investigador, Harold Lasswell, permitieron estudiar la comunicación masiva, y los efectos que provocaba sobre el público. Su modelo propuesto en 1948 permitió clasificar a los estudios sobre Mass Media. El paradigma de Lasswell tiene como finalidad,

Las bases de la teoría funcionalista, que se adhiere a la teoría de los efectos, aun que aporta ciertas particularidades del proceso comunicativo y de los efectos sobre los mensajes, y señala que los mensajes siempre producen un efecto en quien los recibe (Caldera & Zapico, 2004, p. 117).

Ahora, si bien Lasswell se centra en la propaganda de los medios. El paradigma consiste en identificar a la comunicación como un medio de persuasión, para generar ideas, eliminarlas, modificarlas, etc. La finalidad del rol comunicativo es producir un cambio en la manera de influenciar a las personas, o también, moldear el pensamiento de las masas sociales.

El modelo de comunicación de Lasswell se basa en los mensajes. La teoría expresada se describe así,

Su famosa fórmula “quién, dice qué, en qué canal, a quién, con qué efecto”; este planteamiento posee una virtud que aún hoy sigue sin ser superada: presenta los elementos del proceso de comunicación y sugiere las principales líneas de investigación en comunicación: estudios de control, de contenidos, de medios, de audiencia y de efectos (Botero, 2002, p. 7).

Dentro de la temática del metaverso, la fórmula de Lasswell puede ser relacionada de la siguiente manera, en el punto de “Quién” se pueden seleccionar ciertas empresas que manejan el tema del metaverso como son: Gucci, Coca Cola y Louis Vuitton.

Un artículo redactado en “The Drum” (2022) detalla de qué manera las marcas lograron exponerse en el universo virtual. Dani Gibson, autora de la publicación menciona que Gucci creó un espacio digital para exponer sus productos a manera de celebración por sus 100 aniversario en el mercado de la moda. Por medio de la plataforma de Roblox (juego multijugador online), la exhibición estuvo por un tiempo limitado de dos semanas. Esta inmersión permitía a los jugadores comprar ropa al estilo Gucci, como si se tratase de estar en una tienda completamente real.

El caso de Coca Cola es el desarrollo de sus propios NFTS. En primer lugar, hay que comprender que significa un NFT, Yúbal Fernández, redacta en el sitio web Xakata.com,

Las siglas de NFT significan Non -Fungible Token, un token no fungible. Los tokens son unidades de valor que se le asignan a un modelo de negocio, como por ejemplo el de las criptomonedas (...) los NFT son activos únicos que no se pueden modificar ni intercambiar por otro que tenga el mismo valor (2022).

Un NFT en el caso de Coca Cola son conjuntos de imágenes promocionando a la compañía, se crearon ediciones limitadas por los propios colaboradores de la empresa para adentrarse y formar parte del mercado moderno.

Finalmente, el caso Louis Vuitton, creado para celebrar el nacimiento de su fundador, con título: LV200: Louis The Game A Journey For All. El videojuego que presenta es un tour sobre su vida, el avatar a escoger es su propia mascota, y dentro de la plataforma el usuario podrá atravesar seis mundos para entretenerse. Cada mundo posee elementos que el jugador puede recolectar y así modificar su personaje con prendas, estampados o combinaciones únicas de la franquicia Louis Vuitton.

En la segunda herramienta descrita por Lasswell, “dice que” trata sobre el mensaje que las empresas quieren introducir a las masas y comerciantes. El rol se aleja de la comunicación, y se centra mucho más en el marketing, vender y generar. Entre

más tentativa sea la propuesta de una empresa frente a sus consumidores, más oportunidades se crean para generar ganancias y posicionarse en contra del mercado competitivo. La importancia es mostrar a las audiencias que las empresas que controlan el mundo son cambiantes y evolutivas, en el sentido que, se adaptan a los nuevos espacios de socialización, y su fin es promocionar su marca.

El medio o como lo define Lasswell “en que canal” se refiere al metaverso. Actualmente cada empresa tiene su propio canal para inducir al usuario al metaverso, cada empresa tiene una aplicación distinta que no se conectan mutuamente, es decir, trabajan centradas en sus propios intereses y aún no existe un espacio digital donde las grandes plataformas y empresas del mercado se relacionen y convivan.

Una vez descrito las teorías de Lasswell, es necesario mencionar el rol de las audiencias, con base a la obra de Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extension of Man*, de 1964, se determina,

Al decir que “el medio es el mensaje”, McLuhan estaba resaltando que tenemos la tendencia de prestar atención al contenido y a ignorar el medio, pero es el medio el que juega un papel más significativo, el que tiene un efecto mayor (Strate, 2012, p. 67)

Para comprender esta cita es necesario analizar las transformaciones de la sociedad. Naturalmente, el ser humano se centra en deslumbrarse por las nuevas tecnologías, sus capacidades extraordinarias, y su utilidad. Más allá del producto, McLuhan hace referencia a los procesos combinados que hicieron posible la creación del producto. El metaverso es la unión de varios componentes, sistemas, softwares, entre otros; para crear un espacio similar al mundo real.

Es importante tener en cuenta los grados de influencia producidos por los mundos virtuales, no se puede esperar que la compleja creación de distintos entornos vaya a tener una acogida positiva por los usuarios de manera instantánea.

Metodología

El presente proyecto de investigación tiene una base metodológica descriptiva y exploratoria, se pretende demostrar por medio de un videojuego, cómo funciona el metaverso. Basado en la revisión bibliográfica de plataformas educativas como Scopus, Latindex, ProQuest, y Springer. Se realizó una extensa búsqueda referente a metaverso, realidad virtual y videojuegos. Para facilitar la búsqueda las palabras claves fueron: metaverso, realidad, inmersión, virtualidad, videojuegos, red e interacción.

El procedimiento ideal para analizar interacciones, entornos y contextos sociales es la etnografía virtual, este proceso busca identificar y describir los tipos de interacciones que se realizan en el videojuego GTA V en su apartado multijugador, “La etnografía es un método que consiste en que el investigador se sumerja en el mundo que estudia e intente describirlo teniendo en cuenta el punto de vista de quienes lo viven” (Ardèvol & Gómez, 2013, p. 192)

Para lograr unirse al espacio multijugador de GTA V es necesario una conexión a internet, en el caso de consolas de videojuegos como, por ejemplo, PlayStation 4, se requiere una suscripción que permita al usuario unirse a los espacios multijugador de diferentes videojuegos, “El entorno digital exige del ciudadano el acceso a la información a través de Internet, y también su participación mediante la producción de contenido y la iniciativa de los intercambios comunicativos” (Meza-Maya & Lobo-Ojeda, 2017, p. 7).

Actualmente los servicios de PlayStation Plus se encuentran divididos en 3 categorías: Essential, Extra y Premium. Cada una de ellas otorga distintos beneficios a los usuarios, contenidos descargables, amplios catálogos de juegos, acceso a la nube de almacenamiento online, entre otros. En este estudio se utilizará el servicio Essential, con un coste de 10\$ al mes, el menor y más económico. Rik Henderson, editor de noticias de la página web Pocket-lint explica cómo funciona este servicio,

PlayStation Plus es un servicio de suscripción mensual que permite jugar online y en modo multijugador a los juegos de PS4 y PS5. Es necesaria para jugar a la gran mayoría de los juegos en línea (...) El nivel estándar de PS Plus puede pagarse mensual, trimestral o anualmente (Henderson, 2022).

Para formar parte de la comunidad de GTA V Online fue necesario la creación de una cuenta Social Club. Este servicio en línea permite mantener un registro en torno a las actividades que el jugador esté realizando al momento de hacer uso del videojuego, funciona para el modo historia y para el modo online. Para los contenidos online, este servicio integra un espacio en donde los jugadores tienen la posibilidad de crear mapas de juego para compartirlo en la red virtual, y que sea repartido para que cualquier usuario pueda hacer uso de la misma.

Es necesario un correo y una clave electrónica para formar parte de este servicio, conjuntamente se pueden vincular varias cuentas como PlayStation, Google, Facebook, o Twitter, para que los registros de actividades de GTA V puedan ser compartidos en las redes sociales previamente mencionadas.

Dentro del espacio virtual existen numerosas sesiones públicas para poder agrupar la mayor cantidad de jugadores alrededor del mundo. La sesión pública en el videojuego GTA V Online es cambiante, cada sesión se compone de un máximo de 32 jugadores que comparten un mismo espacio en tiempo real, no es necesario que cada sesión llegue a este máximo, puede darse el caso de una partida multijugador con menos usuarios. Si el jugador lo desea puede cambiar de sesión libremente hasta encontrar una más adecuada a su gusto.

Por medio de la cuenta de PS4 de nombre “andre-1574” se plantea ingresar al mundo online del videojuego GTA V. Conforme el personaje se traslade y explore los espacios con mayor posibilidad de interacción con el entorno, se tomarán capturas de pantalla para adjuntar como evidencia los tipos de situaciones sociales que están aconteciendo o los espacios que permitan demostrar su vínculo con el metaverso.

Por medio de la técnica de la observación participante se pretende recolectar la mayor cantidad de escenarios que presenten distintas formas de interacción, no únicamente entre jugadores, sino en la variedad de actividades o acciones que se pueden realizar dentro del videojuego. Para dar a conocer las funciones dentro del mundo multijugador de GTA V, se recolectarán siete imágenes puntuales que evidencien la variedad de interacciones posibles.

Uno de los requisitos que se desea cumplir es llegar a encontrar diversas sesiones de juego en donde existan varios jugadores conectados simultáneamente en el videojuego, es decir, partidas multijugador en donde se consten más de 25 jugadores en

tiempo real, para demostrar las formas de relación entre jugadores. La investigación fue efectuada en un total de 10 sesiones de juego.

Resultados

Esta investigación busca especificar la importancia del metaverso y el grado de influencia derivado en los videojuegos. Previamente, se ha recopilado la información más útil y certera, teniendo una base sólida sobre las características y similitudes de ambas temáticas, se requiere fundamentar la importancia de ambos y su influencia en el mundo actual.

Como punto de partida, los videojuegos permiten crear comunidades, diversos estudios han demostrado que este medio permite la sociabilización entre usuarios por medio de actividades de ocio. Cabe esclarecer que los conceptos de socializar y sociabilizar son completamente diferentes, para adecuar estos conceptos a la investigación se debe tener una definición precisa de cada uno.

El concepto de socializar puede ser comprendido como la distribución de algún tipo de información para la adaptación de normas dentro de una sociedad, así lo menciona Maritza Días,

Proceso de aprendizaje de un repertorio social adecuado al medio, como el elemento integrador del individuo y su medio, así, pretende que el individuo "aprenda" por medio de estímulos y refuerzos, las normas, valores y costumbres que le ofrece el medio social, para que se adapte mejor a él (2010, p. 2).

Por otra parte, la sociabilización es de la actividad de ser sociable, consiste en interactuar con dentro de un determinado grupo social, en donde sus integrantes comparten un tipo de identidad cultural, Días lo describe así,

Proceso mediante el cual los miembros de una cultura se hacen partícipes de la producción y reproducción cultural. La sociabilización es un proceso por el cual el ser humano no solamente aprende a comportarse de tal forma que asegura su supervivencia, sino la de su cultura (2010, p. 12).

Frente a lo mencionado, los videojuegos permiten formar comunidades donde la sociabilización es un eje primordial, en juegos de modalidad solitaria no forma parte de, pero en la mayoría de los videojuegos multijugador es un aspecto que influye en gran parte. César Moreno y Alberto Venegas mencionan en su artículo, “El videojuego ya no se concibe como un mero entretenimiento individual, sino que gracias al avance de las TIC son posibles dinámicas en la que varios jugadores de distintos puntos del mundo jueguen, e interaccionan entre sí” (2020, p. 3).



Ilustración 1: Interacción y visualización de otros jugadores dentro del videojuego.

En la imagen adjunta se evidencia la situación en donde es común encontrarse con cualquier jugador en el mapa del videojuego. Algunos jugadores suelen ser amigables, y no reaccionan de una manera agresiva, contrario a otros que no permiten que nadie se acerque hacia ellos. Como se aprecia, el jugador Black_19666 con nivel 98, posaba para la captura de pantalla con diferentes armas, sin embargo, nunca utilizó ninguna de ellas.

Cabe destacar que los niveles en GTA V Online indican la experiencia de juego que posee los jugadores, entre un nivel más alto significa que el usuario lleva mucho tiempo haciendo uso del videojuego, mientras que un nivel bajo da a entender que apenas lo está conociendo y experimentando.



Ilustración 2: Lista de jugadores activos con sus respectivos usuarios y niveles de experiencia dentro de la sesión de videojuego.

Muchos usuarios buscan algún jugador que los pueda ayudar para realizar alguna actividad u objetivo que los permita ganar dinero virtual. El jugador NLE_JR416 con nivel 239 durante la recolección de información se encontraba enviando solicitudes para formar una alianza para realizar trabajos alrededor del mapa, para ganar puntos de experiencia, dinero, y recursos. Los videojuegos en la actualidad se están convirtiendo en medios altamente influyentes debido a su aceptación social y a su capacidad de crear algún tipo de relación o interacción entre jugadores de cualquier parte del mundo.

Existen tipos de inmersión que permiten mejorar las interacciones virtuales desplazando al jugador del mundo real a la red virtual.

El concepto de inmersión dentro del metaverso se plantea como una situación donde la percepción del usuario se enfoca totalmente en la virtualidad. Se encuentra condicionado por las sensaciones del usuario y los sentidos de la vista y oído. Desde la Universidad de Costa Rica, el doctor José Hidalgo (2013) brinda una definición, “La llamada “inmersión” es una figura del lenguaje que utilizamos comúnmente para referirnos a la sensación de experimentar el universo narrativo de un texto de una formata n vívida y atractiva” (p. 769).



Ilustración 3: Demostración de acciones dentro del videojuego (Fotografía-Selfie).

La imagen adjunta es una de las situaciones que se aproximan mayormente al mundo real, por el hecho que, se asemeja completamente a una acción que el ser humano realizaría en la vida real. Una fotografía frente al espejo. Se pueden denotar los detalles en la imagen, la cuadrícula de la cámara que se utiliza para adecuar la posición de la pantalla para capturar lo que se desea, el teléfono celular del avatar, la posición de los dedos del personaje sujetando al dispositivo. Varios componentes que permiten formar una inmersión y logran transmitir la sensación de formar parte del videojuego, entre más realista la experiencia del usuario se incrementa.

Retomando la investigación de Hidalgo, se encuentran tres tipos de inmersión que un usuario desarrolla y ejecuta a la hora de sumergirse en un videojuego: inmersión espacial, inmersión temporal, y la inmersión emocional.

La inmersión espacial brinda al usuario la sensación de explorar y experimentar un lugar en la virtualidad, mismo que en la vida real existe, de tal forma, la geografía es fundamental para crear una relación ambiente – usuario. Por otro lado, la inmersión temporal dentro de un entorno virtual consiste en que el usuario se convierte en un ser participativo en la narrativa de una historia, con la posibilidad de experimentar el espacio y vivir la historia a su gusto, sin interrumpir el transcurso de la misma.

En los videojuegos, títulos como Grand Theft Auto V, Until Dawn o The Last of Us, otorgan el control a los jugadores a la hora de tomar decisiones, conforme se vayan realizando distintas acciones, y a medida que avance la historia del juego, se presentarán sus beneficios o consecuencias. Cabe mencionar que la inmersión temporal es ejecutada

durante el modo historia del videojuego GTA V, la jugabilidad vía online se aleja parcialmente de este concepto, debido que, en el mundo online no se precisa de una historia o narrativa que permita al jugador interactuar con ella, no existe una linealidad sobre la cual el personaje deba mantenerse para progresar.

La inmersión emocional busca conectar con el usuario, generando un grado de empatía o ecpatía (proceso de excluir sentimientos) dependiendo de la situación que se le presente. Esta inmersión permite identificar los grados de interés que tienen los consumidores, y brinda la posibilidad de obtener un listado de aceptación o desagrado sobre una temática en específico.

Se puede establecer que el videojuego posee dos tipos de las inmersiones mencionadas, la inmersión espacial simulando la ciudad de Los Ángeles – California geográficamente en la vida real, llamada Los Santos en el juego; y la inmersión temporal donde el jugador experimenta el espacio que lo rodea realizando cualquier tipo de interacción que el videojuego lo permita.

Una interacción dentro del estudio de caso de Grand Theft Auto V Online debe ser considerada como toda actividad que permita al jugador hacer uso del espacio que lo rodea. En el apartado multijugador se incluyen al resto de jugadores con quienes se comparte dicho espacio, “En la interacción se establece una dinámica entre participantes activos que se encuentran en diversos espacios y se sociabilizan mutuamente, constituyéndose en agentes del proceso” (Díaz, 2010, p. 8).



Ilustración 4: Eventos aleatorios durante la partida online.

En la imagen se encuentra el observador participante junto con el jugador R1c4rd1nn_editzx con nivel de experiencia 200. El jugador buscaba realizar la actividad que se encontraba transcurriendo durante la sesión online, en la parte inferior central se lograba leer de que trataba la actividad. Se presentaron dos interacciones en el escenario expuesto, el primero fue la sociabilización entre usuarios para formar una alianza que permita lograr el cometido del observador, un encuentro entre miembros de la partida online. La segunda trata de la actividad antes mencionada, ayudar al jugador que colaborada con la captura de pantalla a realizar una acrobacia con una moto.

En el apartado online se incluyen muchas más características para que el jugador pueda hacer uso de ellas, sea por sí solo o con la compañía de otros jugadores, no existe un límite para poder formar grupos o sociabilizar durante una sesión online, “La comunicación y la interacción son procesos fundamentales en un entorno virtual; a partir de ellos se establecen relaciones afectivas que propician la construcción colectiva de conocimiento y el aprendizaje” (Pérez, 2009, p. 14).

A lo largo de la investigación y recolección de datos, se logró determinar que de manera individual cada jugador se acoge a los objetivos que desea lograr durante una sesión de juego. Mientras que, de manera social, varios jugadores interactúan entre sí a lo largo del mapa, haciendo uso de artículos de su propiedad (vehículos o armas) para confrontar a otros jugadores o para realizar actividades que permitan enriquecer al jugador.

El videojuego Grand Theft Auto V Online, es un modo de juego que constantemente recibe actualizaciones, cada cierto tiempo se incluyen nuevas herramientas y particularidades para que el juego siga siendo entretenido y los jugadores puedan hacer uso de las últimas novedades.



Ilustración 5: Adquisición de propiedades.

Como se aprecia en la imagen, cualquier jugador puede encontrarse con esta pequeña tienda llamada LUXURY AUTOS que pone a la venta dos vehículos nuevos, concretamente el juego ha recibido una actualización y se han incluido dos coches, para que la jugabilidad sea más interactiva se pueden comprar con tan solo estar parado frente a la vitrina, una vez comprado se selecciona un garaje para que el vehículo deseado sea entregado en un par de minutos.

La tienda de autos previamente mencionada es una de las más conocidas en el videojuego, posee una página web en donde se puede explorar y comprar cualquier auto que se encuentre a la venta. De esta forma, los vehículos que se compran son realizados vía web, y entregados en el garaje del jugador.

Una situación evidente de un videojuego, pero no lejos de la realidad, puesto que, al ir a un concesionario en la vida real, se pueden observar los vehículos a través de las vitrinas igualmente, sin embargo, para comprarlos es un proceso más complejo y llevadero.

El desarrollo de entornos virtuales permite ampliar la experiencia del ciberespacio como un lugar, un lugar por el que un usuario se desplaza. Los entornos virtuales con sus representaciones espaciales, sus réplicas de casa o habitaciones, sus tiendas, escuelas, y museos refuerzan la sensación espacial del ciberespacio y la experiencia inmersiva (Bonilla, 2009, pág. 76).

Moda Urbana

Las interacciones que se lograron evidenciar en mayor cantidad fueron aquellas que permitían a los usuarios modificar la vestimenta de sus avatares. Las tiendas de ropase encuentran repartidas en todo el mapa del videojuego, y cualquier jugador con dinero suficiente es capaz de adquirir la ropa, y los accesorios que desee. Los ítems son acumulables y una vez comprados se guardarán en el inventario de cada jugador sin posibilidad de ser eliminados.



Ilustración 6: Tienda de ropa de gama media.

A primera vista se pueden divisar un total de tres jugadores que comparten una misma tienda de ropa. Al ser una localización que únicamente permite la compra de vestimenta y accesorios, no se permiten interacciones que atenten contra la vida de los personajes. El videojuego se asemeja al funcionamiento de una tienda de ropa en la vida real, como podría ser Bershka o Pull and Bear, compartiendo rasgos similares, una dependiente o cajera que se encuentre al servicio de los clientes, ropa en su mayoría urbana esparcida por cada espacio dentro de la tienda, y maniqués promocionando tipos de vestimenta.

Esta localización es considerada una tienda de ropa de prestigio medio. Dentro del videojuego existen tres categorías, ropa de baja, media, y alta clase, análoga a las tiendas de vestir de la vida real. Como se evidencia, la estética de la tienda no posee aspectos que sean llamativos, en la parte interna es una tienda regular con artículos de ropa regados por la tienda y ventilación en el techo, dejando en claro la categoría de tienda de ropa media.



Ilustración 7: Portada o frente de una tienda de accesorios de gama media.

La tienda de ropa en cuestión tiene como nombre SUBURBAN, permite el acceso de cualquier jugador, y como se observa, los vehículos de cada jugador pueden ser dejados en cualquier espacio que el propietario desee. Para especificar, el vehículo azul corresponde al personaje que anteriormente se encontraba dentro de la tienda, con nombre de usuario G_Watersxx y nivel de experiencia 102. El vehículo verde que se aprecia ligeramente detrás del azul, es propiedad del observador participante.



Ilustración 8: Portada o frente de una tienda de ropa de gama alta.

PONSONBYS es categorizada como una tienda de alta gama, analizando visualmente se puede evidenciar que tiene un diseño más llano y elegante. Su interior está rodeado de ropa más elegante, trajes y joyería en los escaparates, demostrando que es una tienda de mayor prestigio y altos precios. En el mundo real esta tienda puede ser

comparada con Zara, tienda de ropa y accesorios con precios más elevados y estéticamente incluye diseños de estilo minimalista.



Ilustración 9: Compra de vestimenta de gama alta.

La comunidad de GTA Online comenta, “GTA Online es más conocido por el mundo abierto y la personalización de personajes. Los usuarios pasan cierto tiempo creando su avatar virtual” (Neox Games, 2017). De tal forma, se establece que las tiendas de ropa y peluquerías que existen dentro del mundo virtual son utilizadas constantemente por los jugadores para modificar su personaje, y hacerlo atractivo visualmente.

Pasatiempos



Ilustración 10: Actividades de recreación, golf.

El golf es una actividad de ocio que cualquier jugador puede hacer uso, dentro de una partida se puede escoger la modalidad de solitario, o multijugador. Esta actividad como se refleja en la imagen permite un total de cuatro jugadores durante una sesión de golf, similar a las normas del golf de la vida real. No existe ningún requerimiento para hacer uso de esta actividad, basta con buscar en el mapa del videojuego una localización que permita jugar al golf, y acercarse hacia ella. En la parte superior izquierda se observa que, con tan solo aplastar una flecha en el control del jugador, se puede acceder.



Ilustración 11: Actividad de recreación, tenis.

Finalmente, otra de las actividades de ocio que se pueden encontrar a lo largo del mapa de GTA V es el tenis. Este deporte implica dos jugadores, al iniciar esta actividad se buscará algún otro jugador de la sesión pública que desee unirse para poder empezar a jugar. En la parte posterior de la imagen se puede apreciar la cancha de tenis, cabe destacar que por la temporada de navidad el videojuego ha recibido una actualización en donde se incluye la nieve por todo el mapa por tiempo limitado, por ende, el escenario luce de tal forma.

Como resultado, se logró realizar un análisis respecto a los contenidos dentro del videojuego de GTA V Online, cabe especificar que se ha realizado una recopilación de las actividades y entornos más utilizados por los usuarios. Dejando en claro que el videojuego posee muchas más características y utilidades que permiten mantener al jugador meramente entretenido y con diversas actividades por realizar sean de manera solitaria o conjunta con demás jugadores.

Conclusiones

El principal objetivo del estudio era demostrar los avances actuales del metaverso, y su relación con los videojuegos. Inicialmente se ha respondido sobre que trata el metaverso, sus características e implicaciones. El metaverso ha sido definido como una red virtual que permite el desarrollo de las TICS, mediante el uso de los diferentes tipos de realidad, realidad virtual o realidad aumentada. Estos espacios virtuales permiten la interacción entre avatares y dan lugar a la simulación de escenarios reales. Para los contextos académicos este salto a la tecnología permitiría mejorar en gran cantidad los tipos de enseñanza sobre las nuevas generaciones. Se daría la posibilidad de generar por medio de la inteligencia artificial, espacios idóneos para explorar las capacidades estudiantes frente a situaciones determinantes.

En beneficio, esta práctica permitiría mejorar las habilidades motrices del ser humano, logrando aplicar los conocimientos en el mundo real, evitando algún tipo de margen de error. Para la comunicación, la realidad aumentada dentro del metaverso permitiría mejorar las interacciones sociales, con el uso de representaciones virtuales de los seres humanos, también denominados, avatares. Como se describe en el artículo, El metaverso desde la Neurociencia (2022) “Unos entornos que incluyen tanto los ambientes educativos como también los turísticos, puesto que en ambos casos se producen nuevas experiencias cuyo objetivo compartido es provocar aprendizajes” (Bueno & Redolar, p. 23 - 24).

La importancia que obtiene el metaverso es debido al uso de la tecnología más avanzada para mejorar las relaciones sociales, permitiendo mejorar las interacciones tanto entre seres humanos, junto con los objetos de su alrededor. La prioridad es afianzar la relación de los seres humanos, con productos que logren facilitar sus necesidades. El metaverso propone construirse globalmente como una red que permita abrir oportunidades en varios sectores: económico, social, laboral, cultural, y digital.

La realidad absoluta es que el metaverso ya existe, muchas empresas comerciales han logrado adaptar sus contenidos dentro de la red para ser los pioneros en incorporar contenido comercial en los mundos virtuales más desarrollados. De tal forma, una visión a futuro será la creación de nuevos escenarios enfocados en el marketing digital, mejorando servicios a través de procesos inmersivos, “Se utilizará un tipo de marketing llamado de realidad virtual o metamarketing para conseguir

experiencias inmersivas a los clientes, esto supondrá un gran cambio con respecto a las técnicas del marketing actual” (Martínez, 2022, p. 26).

Una de las incógnitas que se pretendía responder era la capacidad que posee un videojuego para demostrar las facilidades que ofrece el metaverso. Grand Theft Auto V con su modalidad Online fue el medio que se acercaba a los conceptos y definiciones del metaverso. Medio virtual que permita las interacciones entre usuarios, y red con acceso hacia un mundo virtual con particularidades similares al mundo real.

La industria del videojuego está detrás de la mayoría de los avances en computación gráfica durante las últimas tres décadas, tanto en hardware como en software, y es por tanto el referente principal al que mirar en lo que a creación de mundos artificiales se refiere, en el fondo los videojuegos ya tienen muchas de las características que veremos en el metaverso (Vivancos, 2022, pág. 40)

El análisis desarrollado permitió determinar cuál es la causa de la influencia y aceptación que reciben los videojuegos. Principalmente, los videojuegos a lo largo de los años han mejorado los tipos de comunicación que se pueden realizar dentro de una plataforma o aplicación, por medio del uso de los diferentes tipos de realidad, han logrado crear escenarios del mundo real, en los mundos virtuales.

Una de las posibilidades más contundentes que los videojuegos han logrado es brindar el control sobre los usuarios para poder relacionarse con cualquier persona alrededor del mundo, “El sector tecnológico y el sector de los videojuegos se preparan para el advenimiento del metaverso: una red de mundos virtuales en 3D donde los seres humanos pueden interactuar en términos sociales y económicos, principalmente a través de avatares” (Ramos, 2022).

Grand Theft Auto V contiene varios aspectos que lo hacen aclamado por su público entre ellos, la incorporación de actividades de entretenimiento como el golf, tenis, y los dardos, como también, la capacidad de modificar los atuendos de vestir de su personaje en varias tiendas de ropa de gama alta, media y baja, al igual que sus rasgos físicos en barberías, peluquerías o salones de tatuajes, dando la oportunidad al usuario de crear su propia identidad virtual con las características que más lo representan, tratando de crear una relación entre su identidad física, como con la de su avatar.

Cabe destacar que, el mundo virtual del videojuego es creado a partir de una simulación de una ciudad real, Los Ángeles. Lo cual demuestra el grado de inmersión a nivel espacial, creando un vínculo entre ambiente-usuario, permitiendo al jugador desplazarse por lugares que físicamente existen, sin involucrar tanto la ficción, brindando la mayor cantidad de realismo posible, para obtener una experiencia inmersiva más completa y enriquecedora.

Por otra parte, una de las mayores fuentes de riqueza del videojuego, se debe a la formación de comunidades virtuales y la pertinencia de varias culturas digitales. Mediante lo mencionado, los videojuegos evidencian avances continuos para el ser humano, más allá de ser vistos como medios de entretenimiento, podrían llegar a ser vistos como guías o influencias para la creación de más metaversos.

Actualmente, la tecnología es un impedimento para explotar este recurso, apenas se puede raspar su superficie para adquirir beneficio alguno, muy pocos son aquellos simuladores que permitan experimentar una inmersión total dentro de los mundos virtuales, “los distintos softwares cuya funcionalidad busca la representación humana en un entorno digital permiten realizar esta representación de distintas maneras” (Reyes & Alonso, 2022, p. 10). Sin embargo, el metaverso deriva de varios procedimientos y medios que involucran espacios físicos, dinero en altas cantidades, y tecnología de punta para sumergir en su totalidad al ser humano a la inmersión.

Bibliografía

- Álvarez López , C., & Carrasco Perera, Á. (2022). ¿Qué es un metaverso? *Gómez-Acebo & Pombo*, 1 - 5.
- Aragón, Y. (2011). Desarmando el poder antisocial de los videojuegos. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, Vol. 14(Núm. 2), 97 - 103.
- Bonilla, V. (2009). *El avatar: la representación gráfica del usuario en internet* . México: [Tesina - Universidad Nacional Autónoma de México].
- Botero, C. (2002). POSITIVISMO LÓGICO, TEORÍA DE LOS EFECTOS Y PLANIFICACIÓN. 10.
- Brugat, M. (19 de Mayo de 2019). *Grand Theft Auto V: Cómo ha conseguido ser el segundo juego más vendido de la historia*. Obtenido de La Vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/videojuegos/20210519/7465407/grand-theft-auto-v-gta-claves-exito-ventas-take-two.html>
- Bueno, D., & Redolar, D. (2022). *El metaverso desde la Neurociencia*. España: Turium y SEGITTUR.
- Caldera, J., & Zapico, F. (2004). La fórmula de comunicación de Laswell como método para implementar bases de datos documentales en los medios audiovisuales. *Investigación Bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información*, 18(Núm. 37), 110 - 131. Obtenido de <http://rev-ib.unam.mx/ib/index.php/ib>
- De La Hera, C. (02 de Junio de 2022). *Historia de las redes sociales: cómo nacieron y cuál fue su evolución*. Obtenido de Marketing4ecommerce: <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-las-redes-sociales-evolucion/>
- Díaz, M. (19 de Marzo de 2010). *Socialización, Sociabilización y Pedagogía*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4862251>
- Fernández, N. (2019). *Efectos de los videojuegos en adolescentes a nivel emocional* . Palma, España : Universitat de les Illes Balears.
- Fernández, Y. (08 de Julio de 2022). *Que son los NFT y cómo funcionan*. Obtenido de Xataka: <https://www.xataka.com/basics/que-nft-como-funcionan>

- Gibson, D. (17 de Enero de 2022). *5 marcas que ya están abrazando audazmente el metaverso*. Obtenido de The Drum: <https://www.thedrum.com/news/2022/01/17/5-brands-already-boldly-embracing-the-metaverse>
- Gómez, M. (2020). *Representaciones Sociales de la Masculinidad en la Narrativa de Grand Theft Auto V*. [Reporte de investigación inscrito en cumplimiento al grado de Magister de Estudios Sociales, Universidad Pedagógica Nacional].
- González, M. (2018). *Beneficios que pueden aportar los videojuegos a personas de cualquier edad en el ámbito de la salud*. Tenerife : Universidad de La Laguna.
- Henderson, R. (18 de Diciembre de 2022). *Lista de juegos de PlayStation Plus, precio y explicación de los niveles Essential, Extra y Premium de PS Plus*. Obtenido de Pocket-lint: <https://www.pocket-lint.com/es-es/videojuegos/noticias/playstation/153867-que-es-el-servicio-de-suscripcion-de-playstation-plus-ps4-ps5#:~:text=PlayStation%20Plus%20es%20un%20servicio,%2Dto%2Dplay%20est%C3%A1n%20exentos>.
- Hidalgo, J. A. (2013). Interactividad vs Inmersión: retos narrativos de la TV Digital . En *Interactividad vs Inmersión: retos narrativos de la TV Digital* (págs. 759 - 779). Costa Rica: Kérwá.
- Laeq, K. (2022). *Metaverse: Why, How and What*. Pakistán.
- León-Domínguez, U. (2022). *Conducta Virtual. Marco virtual de referencia para el diseño de conductas virtuales del metaverso*. 1 - 65.
- López-Galiacho, E. (2014). *Habitar la irreal. Aproximaciones a una arquitectónica de los mundos virtuales*. Madrid, España: Universidad Politécnica de Madrid. Escuela Técnica Superior de Arquitectura.
- Martínez, L. (2022). *El metaverso: impacto futuro en el comercio sectores de retail y moda*. Valladolid: Trabajo Fin de Grado - [Facultad de comercio, Universidad de Valladolid].

- Meza-Maya, C., & Lobo-Ojeda, S. (2017). Formación en valores sociales en adolescentes que juegan Grand Theft Auto V. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud* , 15.
- Moreno , C., & Venegas, A. (2020). EL VIDEOJUEGO COMO ESPEJO DE LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA. *Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales* , 1 - 8.
- Neox Games. (26 de Abril de 2017). *Una jugadora de GTA Online pide mejores prendas femeninas para el juego*. Obtenido de Neox Games: https://neox.atresmedia.com/games/noticias/curioso/pintaunas-xbox-puedes-pintarte-colores-forza-halo-video_2022010661d6c094572a7d000128b732.html
- Pérez, M. (2009). La comunicación y la interacción en contextos virtuales de aprendizaje. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 1 - 17.
- Ramos, A. (Junio de 2022). *El metaverso, los TNF y los derechos de propiedad intelectual: ¿reglamentar o no reglamentar?* Obtenido de OMPI - Organización Mundial de la Propiedad Intelectual : https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2022/02/article_0002.html
- Revuelta-Domínguez, F. I., & Bernabé Sáez, A. (2012). El videojuego en red social: un nuevo modelo de comunicación. *Tejuelo: Didáctica de la Lengua y la Literatura.*, 157 - 176.
- Reyes, S., & Alonso, D. (2022). *EL METAVERSO Y EL ALMA: VIAJE AL PRÓXIMO DESAFÍO DEL TURISMO*. España: Turium y SEGITTUR.
- Strate, L. (2012). El medio y el mensaje de McLuhan. *Infoamérica*, 61 - 80.
- Vivancos, D. (2022). *¿La Tecnología de los dioses?* España: Turium y SEGITTUR.