

La decimotercera edición anual del diseño del juego Think Tank Project Horseshoe 2018



Informe grupal: Prácticas de diseño para juegos en línea a escala humana

Participantes: AKA *"Dunbars Fun Bar"*

Alexander Youngblood, ArenaNet

Crystin Cox, Microsoft

Erin Hoffman-John, Google

Kyle Brink, ArenaNet

Amy Jo Kim, Shufflebrain

Daniel Cook, Spry Fox

Isaiah Cartwright, ArenaNet

Enlace Hughes, ArenaNet

 [descarga el PDF](#)

Introducción

Muchos de los problemas asociados con la creación de un MMO, un juego multijugador masivo en línea, provienen en gran parte del primer término: "masivamente". Un MMO es notablemente difícil de construir debido a problemas técnicos relacionados con el escalado del servidor, así como problemas de diseño relacionados con la economía del escalado, la política, el diseño de niveles, el ritmo, la persistencia y la progresión. Una regla general es que los costos de desarrollo crecen exponencialmente a medida que aumenta el número de jugadores, pero durante muchos años, ha habido una suposición incuestionable de que un mayor número de jugadores es inherentemente mejor y, por lo tanto, vale la pena perseguirlo.

Sin embargo, vemos claros contraejemplos. Muchos de los primeros MUD (mazmorras multiusuario) involucraban poblaciones de docenas a miles de personas y todavía tienen comunidades vibrantes hasta el día de hoy [[1](#)]. El Minecraft multijugador tiene un gran éxito, a pesar de su dependencia de servidores relativamente pequeños e instanciados. Y muchos juegos de éxito modernos, como Fortnite, son juegos en línea que limitan con éxito su enfoque a partidos de 100 o menos.

¿Cuáles son las lecciones de diseño críticas de estos juegos en línea más pequeños y cómo pueden la investigación y la comprensión actuales de la psicología social ayudar a dar sentido a esas lecciones? Combinamos nuestras décadas de experiencia en el diseño de sistemas sociales para juegos en línea y una inmersión profunda en la investigación académica actual para llegar a un conjunto de mejores prácticas y dificultades comunes.

Lo que cubriremos en este documento:

- Lo que podemos pedir prestado de la psicología social.
- Una visión general de la formación de la amistad.
- Las capas de Dunbar y las restricciones que imponen al diseño de sistemas sociales
- Grupo social y las limitaciones que también introducen
- Grandes ideas de diseño
- Oportunidades para cumplir con las motivaciones sociales de los jugadores.
- Conclusión

Préstamo de psicología social

Al investigar lo que significaba hacer sistemas a escala humana, encontramos varios conceptos clave de la psicología social. Cada uno proporciona un conjunto de restricciones para el diseño social. **El diseño del juego social opera dentro de las limitaciones físicas y mentales del animal humano**, por lo que vale la pena comprender estas limitaciones y construirlas en nuestros diseños.

Amistades

Una amistad es un vínculo social único *entre dos personas*. La formación de la amistad es un proceso distinto que involucra proximidad, similitud, reciprocidad y divulgación.

Capas de Dunbar

Un *individuo* tiene una distribución altamente estructurada de lazos de relación. Las personas tienden a tener un máximo de 150 amistades totales [2], incluidas 50 amistades buenas, que incluyen 15 mejores amistades, que a su vez incluyen 5 amistades íntimas. Esta red de relaciones puede modelarse como una *red egocéntrica* con el individuo en el centro. Este documento se centra principalmente en las implicaciones de las capas de Dunbar para el diseño social a escala humana en los juegos en línea.

Grupos sociales

Un grupo social es una colección de personas reunidas para una tarea o interés compartido. Los grupos contienen *múltiples redes individuales superpuestas*. El desempeño del grupo, como un todo, depende de cómo se aprovechan los lazos de amistad en todo el grupo para lograr la actividad compartida.

Amistades

En el nivel más básico, el diseño de juegos a escala humana se trata de crear fuertes lazos de relación entre los individuos. La mayoría de las poblaciones de juego comenzarán con individuos débilmente unidos. Tendrá que crear actividades, incentivos, espacios y estructuras sociales que fomenten activamente la amistad para permitir incluso las actividades más básicas basadas en la confianza.

Esta sección es una breve descripción. Para una discusión más detallada sobre este tema, vea el [documento del Proyecto Horseshoe](#) 2016 sobre diseño de juegos para construir amistades.

Los fundamentos de las amistades crecientes

La formación de la amistad requiere 4 ingredientes clave:

- **Proximidad** . Estar juntos el uno al otro fomenta interacciones fortuitas frecuentes.
- **Similitud** . Los jugadores generalmente serán más propensos a hacerse amigos si se perciben mutuamente como similares.
- **La reciprocidad** . Los jugadores deben participar en interacciones ascendentes para negociar normas sociales compartidas.
- **Divulgación** . En los niveles más altos de amistad, debe existir una oportunidad para compartir debilidades de manera segura, consensuada e íntima.

Puedes tomar dos jugadores, juntarlos en partidos durante cientos de horas, y si no se cumplen los criterios anteriores, es poco probable que se conviertan en amigos. Lanzar ingenuamente cuerpos entre sí no es un diseño social eficiente.

El microdiseño de los sistemas sociales tiene que ver con bucles de reciprocidad.

Como diseñador, específicamente tienes que crear oportunidades para la reciprocidad consensuada en tus bucles de juego. Estos se parecen a lo siguiente:

- **Apertura** . Una persona realiza una acción de apertura que observa una segunda persona. Esta acción tiene un costo en términos de tiempo, inversión, habilidad y otros recursos. Por ejemplo, el Jugador 1 hace una pregunta en el chat abierto, que cuesta tiempo y capital social.
- **Oportunidad** . Se crea una oportunidad para que la segunda persona responda. Por ejemplo, el Jugador 2 ve la pregunta y puede responder en el mismo chat.
- **Respuesta** . La segunda persona realiza una acción de respuesta que reconoce a la primera persona. Esto también tiene un costo. Por ejemplo, el Jugador 2 ofrece una respuesta a la pregunta en el chat, que también cuesta tiempo y capital social.

- **Acuse de recibo** . La primera persona reconoce la respuesta de la segunda y el ciclo ahora está completo. Por ejemplo, el Jugador 1 agradece al Jugador 2 por responder a su pregunta en el chat abierto.

Variaciones Comunes

- **Escalada** . Ya sea durante las etapas de respuesta o de reconocimiento del bucle, una persona puede escalar abriendo un nuevo bucle o generando una respuesta adicional. Este es un acto de suscripción voluntaria. Por ejemplo, el Jugador 1 solicita detalles adicionales.
- **Rechazo** . Ya sea durante la etapa de Respuesta o de Reconocimiento, una persona no puede responder o responde de manera inapropiada, lo que también colapsa el ciclo. Por ejemplo, el jugador 2 se burla del jugador 1 en lugar de responder sus preguntas.

Vincular bucles juntos en una estructura en escala

La amistad es un proceso a largo plazo. Cada ciclo de reciprocidad puede tomar segundos inicialmente, pero necesita miles de ciclos vinculados para construir una amistad sólida.

- Cree bucles de bajo costo con bajos costos de rechazo para relaciones tempranas.
- Cree bucles de mayor costo para relaciones posteriores.
- Crea espacio dentro de los bucles posteriores para expresar y definir la relación personal entre dos jugadores.

Por ejemplo, las amistades en un MMO tienden a comenzar con el juego paralelo, donde dos personas simplemente se ven el nombre del otro mientras luchan contra monstruos en la misma área. Esto luego se intensifica para ayudarse mutuamente; un hechizo de curación, un gesto de celebración, un objeto caído. Los dos jugadores pueden comenzar a chatear para derrotar a los monstruos más duros; También pueden hacerse amigos y comenzar a hablar más sobre quiénes son y en qué están interesados.

En cada etapa, las interacciones requieren tiempo y esfuerzo cada vez mayores. E implicar una comunicación más rica. Cada microbucle no es muy costoso, pero durante la repetición a largo plazo de muchos de estos bucles, la relación acumula cantidades significativas de confianza.

Diseña estos sistemas con el mismo rigor, cuidado y atención al equilibrio económico que pondrías en un sistema de combate o progresión.

Diseño para consentimiento

Casi todas las etapas de estos bucles de reciprocidad implican consentimiento. Cada parte debe consentir tanto en iniciar, continuar y escalar la relación. En cualquier momento, está totalmente bien que una o ambas partes se alejen, ya sea para reducir la velocidad o pasar a alguna otra oportunidad de relación.

En el contexto de las capas de Dunbar, hay un límite en la cantidad de personas que un individuo puede tener en sus vidas. El proceso de construir amistad es también el proceso activo de *curar las relaciones* que son saludables y mutuamente satisfactorias. Cuando los jugadores consienten de manera

activa y entusiasta en participar en tus circuitos de reciprocidad, encontrarás que las relaciones que construyes en tu juego son más auténticas, duran más y, en última instancia, proporcionan más valor a tus jugadores.

Capas de Dunbar

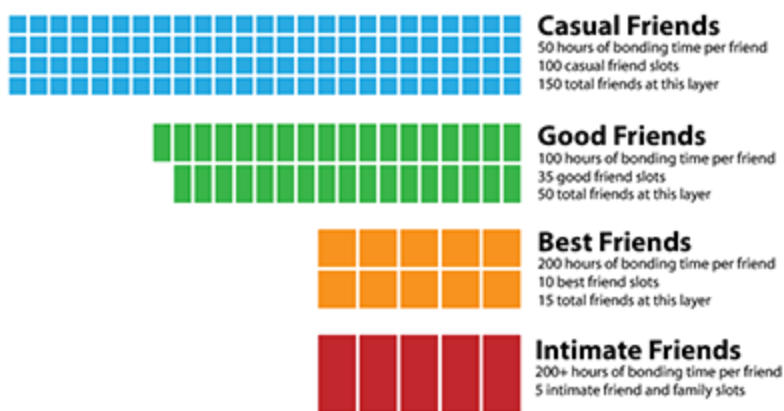
Un individuo organiza sus amistades por la fuerza de sus lazos uno a uno. Tienen amigos cercanos a los que recurren en tiempos de crisis y amigos más casuales, con quienes interactúan con menos frecuencia. La psicología social ha estado estudiando estas redes de amistad durante décadas. Uno de los hallazgos más reproducibles es la existencia de fuertes límites en el número y la fuerza de los vínculos que un individuo puede tener con otros humanos.

Numero de Dunbar

Robin Dunbar es un antropólogo que, en la década de 1980, postuló que un humano puede tener hasta 150 relaciones significativas, basándose en sus investigaciones sobre las estructuras cerebrales sociales de los primates [3]. Cuando otros intentaron verificar esta predicción, descubrieron que el "Número de Dunbar" seguía apareciendo en grupos de larga duración en el mundo real. Se ha replicado en una gran cantidad de dominios, incluidas empresas, organizaciones religiosas, grupos militares y, por supuesto, gremios MMO.

Múltiples capas, no un solo número

Sin embargo, a medida que los investigadores profundizaron en los datos, notaron una agrupación estable adicional en un menor número de conexiones. Estos grupos más pequeños eran parte del total de 150 relaciones de una persona, pero involucraban vínculos mucho más fuertes.



Visualización de las capas de Dunbar. Cada bloque representa el tiempo para construir una relación en esa capa.

Capas de amigos

Las capas de Dunbar, como se conoce a estos grupos más pequeños, generalmente se organizan de la siguiente manera:

- **1.5 personas** : La pareja íntima o el individuo.
- **5 personas** : amigos íntimos o familiares. Gente a la que puedes llamar en una crisis.
- **15 personas** : mejores amigos. Personas a las que puedes pedir simpatía.
- **50 personas** : buenos amigos. La mayoría de los contactos sociales regulares y, por extensión, todo el apoyo emocional y económico [4].
- **150 personas** : amigos o conocidos casuales.

Tenga en cuenta que cada capa es acumulativa y contiene las capas anteriores, por lo que su capa de mejor amigo también contiene su capa de amigos íntimos. Una confusión común es pensar que tienes 5 amigos íntimos Y 15 mejores amigos adicionales, etc., pero esos 5 amigos íntimos son parte de tu presupuesto de 15 mejores amigos.

Estos números son promedios y, en realidad, describen rangos estrechos. En la práctica, diferentes personas tienen diferentes grados de necesidades sociales y capacidad de construcción de relaciones. Por ejemplo, muchos hombres promedian 3-4 relaciones que considerarían amigos íntimos o familiares, mientras que muchas mujeres promedian 7-9 tales relaciones. Algunas personas, conocidas como "superconectores", tienen más de 200-250 amistades significativas.

Capas no amigas

Con conjuntos de datos más grandes, hemos descubierto que estas capas de relaciones también se extienden más allá de los amigos reales.

- **500 personas** : conocidos asintiendo.
- **1500 personas** : Reconoces su cara, pero eso es todo. 2000 caras parece ser el máximo absoluto que un humano puede reconocer y cuando aprendes una nueva cara, sueltas una de las otras caras que has memorizado.

Implicaciones de las capas de Dunbar

A primera vista, las capas de Dunbar son una mera curiosidad. Sin embargo, determinan fundamentalmente cómo socializan las personas. Los siguientes son aspectos de las capas de Dunbar que vale la pena conocer antes de intentar usarlos en un diseño.

Las capas de Dunbar son redes egocéntricas

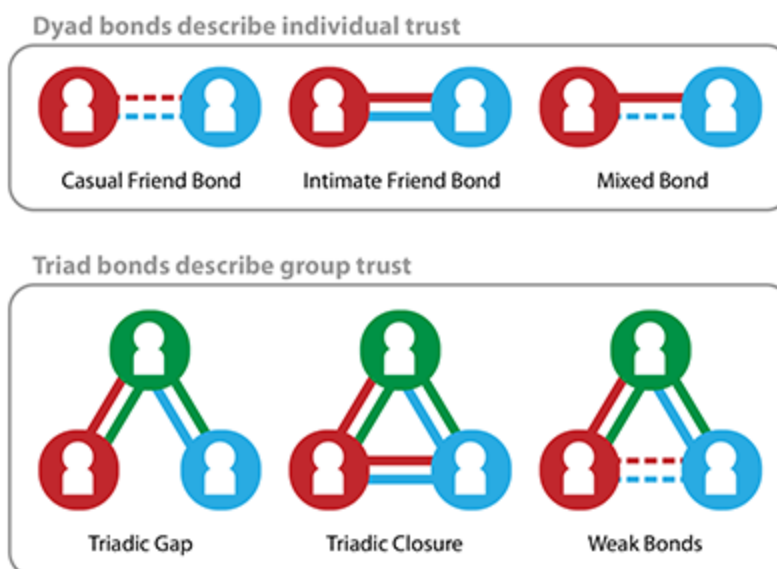


Visualizando las capas más internas de Dunbar como una red egocéntrica. Tenga en cuenta que todas las conexiones son desde la perspectiva de un solo individuo.

Una forma ideal de visualizar las capas de Dunbar es como una red de conexiones, no como capas separadas, per se. En la investigación, esto se conoce como una "red egocéntrica".

- Poner a un individuo en el centro de una red nodal.
- Luego mapee los bonos que van directamente a ese individuo. Terminarás con un promedio de 150 relaciones significativas conectadas con el individuo.
- Algunos lazos entre el individuo y sus amigos serán más fuertes que otros. Estos enlaces se asignan a las capas de Dunbar. Por ejemplo, una persona tendrá un promedio de cinco lazos fuertes.

Hay varias formas diferentes en que las redes egocéntricas pueden usarse en el análisis de las relaciones individuales:



- **Diadas** : La relación entre dos individuos implica dos conexiones, no una. Cada persona tiene su propia percepción de la fuerza de la conexión. Es posible, y de hecho, común [5], que estas percepciones sean desiguales.
- **Tríadas** : las redes de amistad se pueden analizar buscando tríadas: agrupaciones de tres personas con al menos dos relaciones entre ellas. La estructura de red más fuerte es un "cierre triádico", en el que los tres individuos comparten lazos de amistad mutuos de igual fuerza.
- **Lazos fuertes** : cuando una persona tiene una relación directa con otra persona, se conoce como un vínculo fuerte. Los lazos fuertes son clave para las relaciones significativas, las redes de apoyo y la felicidad general.
- **Lazos débiles** : cuando el amigo de una persona tiene una relación con otra persona, pero la persona original no, se conoce como un vínculo débil. Los lazos débiles son críticos para conectar grupos sociales independientes y son particularmente importantes para el funcionamiento de sistemas económicos e informativos a gran escala. Los lazos débiles también pueblan las capas de 500 y 1500 personas. Cuando comenzamos a discutir grupos sociales, los lazos débiles se convierten en un concepto muy importante.
- **Superconectores** : algunas personas tienen sustancialmente más que el número típico de conexiones. Conocidos como "superconectores", terminan actuando como centros que conectan redes de amigos dispersas.

Las amistades cercanas tienen una fuerte influencia en la calidad de vida.

En general, tener una red de amigos profunda tiene un impacto inmensamente positivo en su salud y felicidad.

- La falta de amistad reduce la esperanza de vida [6].
- Las relaciones de alta calidad e intensidad se correlacionan positivamente con una mayor satisfacción con la vida [7].

- La depresión es más baja en general en individuos con redes de amigos ricos [8].

Por otro lado, las relaciones tóxicas tienen un impacto negativo enorme en la salud mental y física. Algo en lo que pensar cuando tratamos con trolls en nuestros juegos [9].

Las relaciones de alta confianza requieren tiempo y el contexto adecuado

Construir amistades requiere muchas horas de interacción. El tiempo requerido para construir un solo vínculo de amistad [10]:

- **Amigo casual** : 40-60 horas
- **Buen amigo** : 90-110 horas
- **Mejor amigo** :> 200 horas

Si se reúne con alguien durante 1 hora cada semana, tomará aproximadamente un año antes de que se consideren amigos casuales. La formación de la amistad no es una actividad barata.

Mantener relaciones requiere menos esfuerzo. Aquí hay tres variables clave: parentesco, género y frecuencia de interacción. Los vínculos familiares (vínculos con miembros de la familia) requieren menos mantenimiento que los vínculos de amistad no familiares y no parecen afectados por la distancia. Los hombres tienden a afirmar los lazos participando juntos en actividades, mientras que las mujeres tienden a hablar con otros. Los enlaces de mayor resistencia necesitan una renovación más frecuente que los enlaces de menor resistencia.

- **Los amigos casuales se** encuentran al menos una vez al año.
- **Los buenos amigos se** reúnen una vez cada 6 meses.
- **Los mejores amigos se** encuentran una vez al mes.
- **Los amigos íntimos se** encuentran al menos una vez a la semana.

No puedes vencer al sistema

Una forma de pensar acerca de las limitaciones sugeridas por las capas de Dunbar es imaginar que tiene un presupuesto de recursos cognitivos que se pueden gastar en relaciones. Los límites físicos de su cerebro humano significan que solo tiene suficiente presupuesto mental para un total de aproximadamente 150 relaciones.

Los seres humanos han desarrollado algunas herramientas que han ampliado nuestra capacidad de organizarnos en grupos mucho más allá de nuestros primos primates, especialmente el lenguaje, pero también sistemas de gobierno y economía a gran escala. A principios de la década de 2000, la gente asumía que las nuevas tecnologías como las redes sociales en línea podrían ayudar a superar el número de Dunbar; Al descargar el costo de recordar nuestras amistades en una computadora, podríamos vivir una vida más rica y más social, con fuertes relaciones con incluso más personas.

Ahora tenemos abundantes datos de que este no es el caso. Los estudios sugieren que todavía hay un presupuesto limitado de recursos cognitivos en juego e incluso en plataformas en línea vemos exactamente la misma distribución de relaciones [[11](#)].

En todo caso, las redes sociales dañan nuestras relaciones. Al hacer posible que establezcamos relaciones superficiales a bajo costo (e invertir nuestra energía limitada en mantenerlas), tales sistemas desvían los recursos cognitivos de grupos más pequeños e íntimos hacia grupos más grandes y menos íntimos. El resultado es que las relaciones clave con los mejores amigos y seres queridos sufren. Y, desafortunadamente, es la fuerza de estas relaciones de alta confianza las que predicen más la salud mental y la felicidad en general [[12](#)].

Grupos sociales

¿Qué es un grupo social?

Un grupo social es un conjunto de individuos etiquetados como pertenecientes a un grupo. Este es un concepto intrínsecamente difuso, ya que su verdadera estructura es una red superpuesta de redes egocéntricas, normas sociales parcialmente negociadas y vínculos de relación siempre cambiantes. Hay tres perspectivas dominantes sobre lo que hace un grupo.

Perspectiva de identidad social : "Siento que soy parte de un grupo". Un individuo puede autoidentificarse si es parte de un grupo. Al hacerlo, comienzan a practicar las normas sociales del grupo identificado. Esta es la perspectiva que da origen al síndrome impostor o al sentimiento de pertenencia.

Perspectiva de autocategorización : "Siento que eres parte de un grupo". Alguien que observa el comportamiento de otras personas puede identificar si otros se están comportando como parte de un grupo. Al hacerlo, tratan a esas personas como si operaran utilizando normas sociales compartidas. Esta es la perspectiva que da origen a los estereotipos.

Perspectiva de cohesión social : "Actuamos de acuerdo con normas sociales compartidas". Un conjunto de personas que actúan de manera similar en una variedad de variables sociales es un grupo. Esas variables incluyen:

- **Metas compartidas** . ¿Estamos trabajando hacia el mismo propósito?
- **Papeles** . ¿Quién hace que?
- **Relaciones de estado** . ¿Quién tiene el poder?
- **Normas** . ¿Cómo trabajamos juntos?
- **Sanciones** . ¿Qué sucede cuando se violan las normas?

Los factores adicionales que pueden usarse para determinar la **cohesión del grupo** incluyen:

- **El tamaño del grupo** . ¿Cuántas personas hay en el grupo?
- **Confianza grupal** . ¿Qué tan fuertes son los lazos entre los individuos en el grupo?

- **Estabilidad grupal** . ¿El grupo se une por un corto período de tiempo o es una entidad estable y persistente?

La perspectiva de cohesión social demuestra la mayor comprensión del diseño, por lo que lo haremos referencia para el resto de esta discusión.

Tamaño del grupo

Los tamaños de los grupos comunes se alinean aproximadamente con las capas de Dunbar. Sin embargo, estos no son conceptos idénticos. Los grupos sociales pueden contener amigos de diferentes niveles de confianza. Podrías tener un pequeño grupo compuesto completamente por extraños. mientras que una capa de amigos íntimos de 5 personas es, por definición, el conjunto más cercano de amigos de un individuo.

Pequeños grupos de amigos

Estos son algunos de los grupos orientados a tareas más comunes para formar. Los grupos no familiares centrados en tareas de estos tamaños a menudo se disipan cuando se completa la tarea. Sin embargo, los grupos pequeños son capaces de alcanzar la mayor fuerza de los lazos sociales, generalmente centrados en las relaciones familiares clave.

- **Par** . 2 personas
- **Grupo Pequeño** . 5 ± 2 personas
- **Grupo medio** . 15 ± 6 personas

Grandes grupos sociales

Estos son los grupos de amigos más grandes posibles. Los grupos de ejemplo en estos tamaños incluyen un gremio, fragmento o mapa en un MMO, una empresa mediana o una organización social en una universidad.

- **Banda** . 50 ± 18 personas
- **Clanes** . 150 ± 50 personas

Enormes grupos impersonales

Estos grupos más grandes están compuestos por subgrupos más pequeños basados en amigos. Sin embargo, debido a que su tamaño es mayor que el Número de Dunbar, es imposible para ellos participar en actividades de muy alta confianza sin sistemas adicionales como jerarquía, dependencia de lazos débiles o reglas codificadas.

- **Mega-bandas** . 500 ± 150 personas
- **Tribus** . 1500 ± 500 personas

Confianza grupal

La confianza grupal, al igual que la amistad, se forma de acuerdo con un proceso que impone restricciones a cualquier diseño social. Cuando hacemos un grupo de jugadores aleatorios juntos, primero obtenemos un grupo de extraños de baja intimidad y baja confianza. Luego necesitamos llevar a ese grupo a través de un período de formación de normas sociales y construcción de relaciones. Este proceso crea un contrato social rico y altamente predictivo entre individuos, que permite a las personas depender unas de otras en actividades grupales dinámicas.

El proceso que impulsa la confianza grupal

Las etapas clásicas de formación grupal de Tuckman son:

- **Formando** : El grupo se une.
- **Asalto** : El grupo intenta hacer uso de normas dispares para interactuar entre sí. Esta disonancia causa conflicto. Este proceso es muy similar a los bucles de reciprocidad que ocurren en la formación de la amistad.
- **Normativa** : el grupo negocia normas comunes por las cuales este grupo operará
- **Realización** : El grupo puede realizar tareas de mayor dependencia al aprovechar las reglas de sus nuevos desarrolladores para interactuar.

Esto se relaciona con las capas de Dunbar de varias maneras clave:

- **Los lazos fuertes existentes pueden facilitar la normalización grupal** . Si hay amigos existentes, ya han negociado un conjunto de normas comunes entre ellos. Esta es una base sobre la cual construir al decidir la meta compartida del grupo y el contrato social.
- **Los grupos pequeños necesitan construir menos lazos para desempeñarse a niveles altos** . Puede pensar en el proceso de normalización como uno en el que las personas negocian un nivel mínimo de lazos triádicos entre todos los miembros del grupo. Con grupos más pequeños, hay menos conexiones, por lo que el proceso va más rápido.
- **Los grupos más grandes, naturalmente, tienen menos lazos íntimos** . Cuando tratamos con personas en las capas externas de nuestra red, confiamos más fuertemente en las reglas oficiales, normas sociales rígidas y otras formas de burocracia. La gente deja de confiar en el individuo y se apoya en un sistema de gobierno. Esto es menos eficiente, en general, debido al costo de mantenimiento del sistema, pero permite que más personas participen.

Consejos para construir confianza grupal

- **Tutoría** . Las personas a menudo obtienen altos niveles de competencia a través de la interacción con un entrenador o mentor. Encontrar formas de incentivar a los grupos para que adopten miembros con menos habilidades para capacitarlos beneficiará tanto la cohesión grupal como la simpatía comunitaria general.

- **Integración más lenta** . Si no se proporcionan instalaciones para subdividir grupos en esta capa en agrupaciones más pequeñas, entonces se debe inducir a cada nuevo miembro introduciéndolos en un canal de comunicación central. Esto reduce en gran medida las posibilidades de retención del nuevo miembro en el grupo, ya que deben formar relaciones con todos a la vez, en lugar de ser adoptados por un segmento de la organización y luego extender su red de relaciones hacia afuera desde esa base sólida. Los mejores grupos de este tamaño y superiores tienen grupos claros de personas de 15 ish, que son un tamaño ideal para integrar un nuevo miembro.

Estabilidad del grupo

Los grupos varían sustancialmente en cuanto duran. Hay dos tipos distintos de grupos que vale la pena buscar al diseñar sus sistemas grupales:

- **Grupos primarios** . Grupos duraderos de familiares y amigos. Tienden a tener fuertes lazos y un sentido compartido de propósito. Las personas generalmente solo pertenecen a unos pocos grupos primarios que se corresponden con sus capas internas de Dunbar.
- **Grupos secundarios** . Grupos temporales enfocados en tareas. Estos pueden ser grandes o pequeños. Las personas a menudo pertenecen a muchos grupos secundarios correspondientes a sus capas externas de Dunbar. Es importante permitir que las personas se unan (y abandonen) múltiples grupos secundarios, según lo necesiten.

Estabilidad del grupo grande

Incluso a través del tamaño del grupo y las capas de Dunbar son conceptos muy diferentes, parecen estar relacionados. Los grupos pequeños son estables en alrededor de 5 personas, principalmente debido a su gran dependencia de relaciones familiares duraderas. Los grupos grandes tienden a estabilizarse alrededor de los valores 50, 150, 500 y 1500 que se encuentran en [las capas de Dunbar](#) .

Esto funciona en dos direcciones:

- Crecimiento: los grupos por debajo de 150 tienden a crecer a ese tamaño.
- Fisión: los grupos superiores a 150 tienden a fragmentarse en subgrupos de 150 o menos.

Grupos de amigos estables

Los grupos de 50 y 150 encuentran estabilidad a largo plazo, a menudo medida en años, al beneficiarse de la presión de grupo (recompensa y censura de la norma), sin la necesidad de reglas y jerarquías complejas. Cuanto más fuerte es el sentido de propósito compartido, más robusto es el grupo. Hay más investigación por hacer aquí, pero este parece ser el tamaño máximo de grupo donde, debido a los límites de las capas de Dunbar, puede confiar en la naturaleza humana no aumentada para autoorganizarse en grupos estables.

Grupos no amigos estables

Los grupos estables en 500 y 1500 son mucho más raros porque requieren la adición de algunos de la jerarquía para ser sostenibles. Por lo general, esto implica nombrar un pequeño grupo de 4-5 tomadores de decisiones que representan otros 50 a 150 subgrupos de miembros. Estos tomadores de decisiones representan ' [lazos débiles](#) ' entre los grupos. **Los lazos débiles son clave para la estabilidad de 500 y 1500 grupos de jugadores.** Permitieron que un grupo de 50-150 se comunicara con otros grupos y [rápidamente obtuvieran acceso](#) a recursos, oportunidades e información. Los estudios muestran que tener un conjunto diverso de lazos débiles, particularmente en una gran comunidad de desconocidos indiferentes, [aumenta la satisfacción con la vida](#) .

Los lazos débiles no son universalmente buenos para los desarrolladores de juegos.

- **Alcance de arrastre** . Los sistemas económicos y políticos necesarios para que funcionen grupos muy grandes son a menudo algunas de las características más complejas de un juego. Apoyar lazos débiles en tu juego es aceptar un cierto nivel de fluencia de alcance.
- **El énfasis excesivo en los lazos débiles puede dañar los lazos fuertes** . Los lazos débiles tampoco son un reemplazo para los lazos fuertes. Los grupos sociales que involucran principalmente lazos débiles son pobres para proporcionar apoyo emocional, así como para transferir y hacer cumplir las normas grupales. Muchas críticas a las distopías fuertemente capitalistas, tecnocráticas o libertarias se centran en cómo una dependencia excesiva de los lazos débiles (a través del comercio a gran escala, el reemplazo algorítmico de los bucles de reciprocidad y otros sistemas escalables pero deshumanizados) conduce a una erosión accidental de los lazos fuertes.

En todo caso, los MMO modernos sufren demasiados lazos débiles y no hacen suficiente hincapié en construir y apoyar lazos fuertes. Quizás porque los MUD y los primeros juegos en línea fueron históricamente ricos con fuertes lazos, los diseñadores de MMO simplemente asumieron que los obtendrían gratis. No se dieron cuenta de que su deseo de construir un gran juego, que históricamente se ha combinado con la popularidad, era antitético a las conexiones sociales mágicas que hicieron atractivos los primeros juegos en línea.

Metas compartidas para diferentes tamaños de grupo

Los objetivos compartidos son el predictor más fuerte de la cohesión grupal. Los grupos con más orgullo grupal y mayor compromiso con las tareas tienen objetivos compartidos sólidos. Es más probable que se desempeñen bien en tareas de alta confianza, y tengan una alta retención, longevidad y una mayor sensación de bienestar de los miembros.

Orgullo e identidad grupal

Los miembros con un fuerte orgullo grupal sienten una gran lealtad hacia el grupo, están contentos con lo que el grupo logra y promueven la identidad del grupo ante los demás. El orgullo grupal se expresa de la misma manera en diferentes tamaños de grupo, pero la identidad se formaliza a medida que aumenta el tamaño del grupo.

- **Identidad débil** . Los pequeños grupos de amigos pueden no tener una identidad oficial, y muchos de sus sentimientos positivos provienen del apoyo mutuo.
- **Documento oficial de identidad** . Los grandes grupos sociales tienen identidades oficiales y un fuerte sentido de pertenencia. Cuando las personas son parte de un grupo de alto rendimiento, sienten que son parte de algo más grande que ellos mismos, lo que puede generar una sensación de asombro.
- **Identidades basadas en estereotipos** . A gran escala impersonal, vemos fuertes identidades tribales y estereotipos. Las personas crean modelos simples de dibujos animados de cómo otras personas deberían responder a las interacciones. La división de las personas en miembros del grupo y miembros del grupo ocurre relativamente rápido, utilizando solo información superficial.

Compromiso de la tarea

El compromiso de la tarea se trata de actividades compartidas que contribuyen a un objetivo común. El orgullo grupal responde: "¿Quiénes somos y a qué pertenezco?" El compromiso de la tarea, por el contrario, responde: "¿Qué estamos logrando al trabajar juntos?"

- **Tareas tácticas** . Los pequeños grupos secundarios entienden su propósito en términos de tareas tácticas a corto plazo. Esto podría ser completar un pequeño proyecto o terminar una incursión ad-hoc juntos. Los grupos primarios pequeños generalmente se centran en apoyarse mutuamente.
- **Intentando sostener al grupo** . Los grandes grupos sociales se centran en temas más importantes como la supervivencia a largo plazo o el mantenimiento de una comunidad que defiende las creencias compartidas. La superioridad de grupo frente a grupo es una tarea interesante a esta escala, especialmente para grupos compuestos principalmente por hombres jóvenes.
- **Parte de un ecosistema** . Grandes grupos impersonales se unen por conveniencia. Comparten un conjunto común de prácticas codificadas que involucran el comercio, el lenguaje y las prácticas que ayudan a sus grupos de amigos más pequeños a lograr los objetivos deseados. El compromiso de la tarea presente en este nivel generalmente implica el mantenimiento de sistemas de apoyo tales como estructuras políticas o económicas.

Consejos para aumentar las metas compartidas

- **Comparta objetivos, no solo recompensas compartidas** . Muchos diseñadores de juegos asumen que si hay una recompensa compartida, las personas naturalmente alinearán sus actividades. Esto podría funcionar si los humanos fueran autómatas hiperracionales y maximizadores de beneficios, pero no lo son. En cambio, los jugadores se benefician de objetivos claramente establecidos y ejemplos de cómo podrían trabajar juntos.
- **Espacios públicos y privados** . Los grandes grupos sociales se componen de subgrupos que requieren espacio privado para reforzar la visión y las normas sociales, así como para crear oportunidades para la vinculación grupal. También necesitan espacio público para mostrar y reforzar la identidad general del grupo.
- **Grupo vs contenido grupal** . El conflicto con otros grupos es un método común para proporcionar un propósito compartido. Las rivalidades significativas pueden desarrollarse en el transcurso de meses o años. Los juegos con contenido PvP pueden crear historias sociales muy ricas si pueden operar a esta escala.

- **Metas positivas que implican crecimiento y apoyo** . Aunque es fácil confiar en la competencia para darle un propósito a su grupo, la historia es rica en grupos de alta longevidad, generalmente en forma de comunidades religiosas, que existen para preservar una forma de vida positiva. Considera cómo tu juego puede ser un refugio positivo del mundo en general. Muchos jugadores encontrarán que este es un objetivo digno para dedicar su tiempo.

Roles para diferentes tamaños de grupo

Cada grupo necesita ponerse de acuerdo sobre los roles dentro de la sociedad. Estos se componen de la división apropiada del trabajo y la división de los recursos.

División del trabajo

La especialización aumenta con el tamaño del grupo.

- **Roles superpuestos** . En pequeños grupos de amigos, hay una superposición sustancial en los roles, con un solo individuo que realiza muchas actividades diferentes según sea necesario. El entrenamiento cruzado y la falta de especialización son bastante comunes. En las tareas de alta confianza, existe una gran interdependencia y la pérdida de cualquier individuo es muy sentida por todos.
- **La especialización** . En grandes grupos sociales, comenzamos a ver una especialización donde los individuos toman roles específicos. Los grupos secundarios centrados en tareas especializadas son comunes y las personas pertenecen a múltiples de ellos. Un individuo puede entrenarse en varios roles y desempeñar un rol para cada grupo secundario.
- **Los trabajos se convierten en identidades** . Grandes grupos impersonales ven la aparición de trabajos y clases. Una persona tiene un trabajo dominante que hace en una economía hiperespecializada, que se convierte en su identidad formal dentro de una sociedad más amplia basada en reglas. Son un artesano, o un maestro, o un médico, y nada más.

División de recursos

La complejidad económica aumenta con el tamaño del grupo.

- **Compartir en comunidad** . Con pequeños grupos de amigos, los recursos son a menudo de naturaleza comunitaria con importantes dones y compartir sin seguimiento. La moneda social y la confianza interpersonal son más importantes para las transacciones que la moneda.
- **Trueque basado en el valor** . En los grandes grupos sociales aparece un comercio 1 a 1 más formalizado en forma de trueque. Puede haber una moneda local y los individuos siguen de cerca que cada operación tiene un valor equitativo.
- **Redes económicas complejas** . En grandes grupos impersonales, tanto el trabajo como los recursos se comercializan dentro de una red económica con mercados y subastas. El comercio está fuertemente despersonalizado, con cada interacción basada en una moneda estandarizada. Esta red depende en gran medida de los lazos débiles y los superconectores (las personas que pueden

mantener más de 150 conexiones significativas) desempeñan un papel descomunal para mantener juntos a varios subgrupos.

Relaciones de estado para diferentes tamaños de grupo

El estado y la jerarquía comienzan relativamente indefinidos en grupos más pequeños y crecen en complejidad con el tamaño del grupo.

Liderazgo

Los líderes se vuelven más importantes y menos personales en grupos más grandes.

- **Líder específico del contexto** . Los pequeños grupos de amigos a menudo terminan eligiendo un líder de facto, consciente o inconscientemente, que es el más adecuado para la tarea en cuestión. Se debe alentar a los grupos de este tamaño a designar un líder / organizador que pueda ayudar a mantener a los miembros enfocados en su propósito compartido.
- **Culto a la personalidad** . Los grandes grupos sociales requieren líderes. La sincronización de la actividad se vuelve inmensamente difícil sin una autoridad central que discuta los diversos subgrupos para moverse en una dirección alineada. En este tamaño, el liderazgo es en gran medida un "culto a la personalidad", impulsado por las relaciones personales en lugar del poder institucional.
- **Líderes simbólicos** . Enormes grupos impersonales utilizan liderazgo ceremonial, donde el líder es un símbolo concreto y personificado de propósito compartido, lealtad y / o valores culturales. Hay una variedad de técnicas relacionadas que incluyen el uso de celebridades, líderes de figuras, personajes religiosos o individuos heroicos. Éstos establecen un tipo de grupo conocido como grupo de referencia , que los individuos observan al determinar qué normas sociales emular.

Jerarquía

La jerarquía se hace cada vez más necesaria a medida que aumenta el tamaño del grupo.

- **Fluida** . La organización de pequeños grupos de amigos es fluida y, a menudo, depende de la mejor persona para la tarea en cuestión.
- **Subgrupos relacionados con la actividad** . Los grandes grupos sociales muestran una jerarquía visible compuesta por unos pocos grupos primarios y varios grupos secundarios centrados en tareas. Comenzamos a ver múltiples grupos de 5 y 15 personas operando dentro de grupos de esta capa más grande.
- **Jerarquías complejas** : los grandes grupos impersonales tienen jerarquías oficiales complejas. Los grupos necesitan relaciones políticas y económicas oficiales para funcionar.

Consejos para apoyar el estado

- **Herramientas para señalización de estado** . La capacidad de señalar jerarquía y estado ayuda a las organizaciones más grandes a funcionar. Los títulos, los puntos de karma y la llamada visual son sistemas que permiten obtener y mostrar el estado.
- **Seguimiento oficial de la reputación** . Para los grandes grupos impersonales, vemos el surgimiento de un fuerte anonimato, la reputación comienza a ser más importante que la competencia y la paridad de habilidades reales. En la capa de 500 personas, los cargadores libres y los malos actores pueden pasar fácilmente por las grietas, por lo que los medios oficiales para controlar la reputación de alguien benefician la cohesión del grupo.

Formación de normas sociales en diferentes tamaños de grupos.

La formación de normas en grupos sociales implica cómo un grupo determina las reglas por las que operan y cómo comunican esas reglas.

Formación de la regla

La formación de reglas se formaliza cada vez más a medida que aumenta el tamaño del grupo.

- **Normas negociadas personalmente** . Los pequeños grupos de amigos negocian las reglas de forma individual, generalmente a través de discusiones en grupos pequeños. A menudo, el comportamiento se determina caso por caso, dependiendo de la persona y el contexto.
- **Tomadores de decisiones clave** . Grandes grupos sociales siguen el comportamiento de individuos o líderes de alto estatus. Uno o más grupos más pequeños de alto estatus toman decisiones a través de la creación de consenso y luego comparten esas decisiones con individuos de menor estatus. En grupos más equitativos, aparecen sistemas de votación simples.
- **Reglas públicas**. Grandes grupos impersonales utilizan sistemas legislativos oficiales para establecer o revisar leyes. Usualmente tienen mecanismos formales de retroalimentación comunitaria. En esta etapa vemos un fuerte estado de derecho. En grupos más organizados, las reglas explícitas se vuelven frecuentes. Al exigir que las personas trabajen de una manera codificada y muy específica, elimina la incertidumbre y aumenta la capacidad de funcionamiento del grupo. Ha reemplazado el lento proceso de negociación de las normas sociales, a través de bucles de reciprocidad en persona, con reglas que simplemente le indican cómo debe actuar. Sin embargo, esto viene con desventajas sustanciales. Estas reglas son inherentemente menos flexibles. Necesitan ser escritos, transmitidos y aplicados. Si la situación de dicho grupo cambia ligeramente, las reglas existentes pueden reducir la eficiencia. Y no hay confianza real: todas las partes ejecutan un patrón y esperan que funcione.

Comunicación

La comunicación cambia de bucles de reciprocidad a transmisión a medida que aumenta el tamaño del grupo.

- **Conversación personal** . Los pequeños miembros del grupo de amigos se comunicarán con frecuencia y en profundidad con todos los demás miembros del grupo. Es probable que esta

comunicación se distribuya por igual entre todos los miembros y se estructura como comunicación entre pares.

- **Canales de comunicación escalonados** . Los grandes grupos sociales tienen múltiples canales de comunicación por niveles. Por lo general, debe haber un canal abierto y compartido; un canal de transmisión unidireccional desde el liderazgo; y varios canales de subgrupos para grupos primarios y secundarios específicos.
- **Comunicación de difusión** . En los grandes grupos impersonales, la comunicación personal simplemente no puede llegar a todas las personas en los muchos subgrupos, por lo que estos grupos deben usar tecnologías de transmisión para enviar un mensaje a muchas personas a bajo costo. Esto, a su vez, permite la propaganda, donde varias partes usan los medios de difusión para impulsar mensajes incuestionables que promueven nuevas verdades. No hay un bucle de consentimiento para que alguien brinde una respuesta contradictoria. Esto es útil para difundir nuevas normas sociales sobre cómo uno debería comportarse o para enfatizar los lazos grupales, pero los símbolos de dibujos animados de sistemas complejos terminan siendo más fáciles de difundir que la comprensión profunda.

Conflictos y sanciones en diferentes tamaños de grupos.

¿Qué sucede cuando se violan las normas?

Pequeño grupo de amigos

- **Desacuerdos personales** . Los grupos pequeños están constantemente negociando normas. Las violaciones de las normas generalmente se enfrentan en una conversación en grupos pequeños, uno a uno o con todo el grupo, y son esencialmente argumentos.
- **Retirada del grupo** . En casos extremos, los miembros de pequeños grupos dejarán de hablar con alguien con quien tengan un desacuerdo personal, o el grupo se distanciará de un individuo al reducir la frecuencia de interacción con ellos.

Gran grupo social

- **Camarillas y matones** . Grupos de este tamaño pueden formar grupos abusivos de matones. Diseñar para grupos de este tamaño significa una gestión comunitaria adicional. Los grupos de este tamaño dependen del liderazgo basado en la visión, que puede permitir que los grupos de odio y otras organizaciones basadas en el miedo se infecten.

Enorme grupo impersonal

- **Demonización de grupos externos** . Es común que grupos muy grandes etiqueten explícitamente a los enemigos de la tribu. Esto se trata menos de atacar al grupo externo y más acerca de enfocar al grupo más grande en una meta compartida más grande. La desventaja de esto es que usualmente se basa en el miedo, que corta los patrones de coordinación grupal más reflexivos y constructivos.

- **Cumplimiento de la ley** . Rastrear a quienes infringen las leyes y determinar la mejor manera de cambiar su comportamiento es una característica de grupos muy grandes.
- Estafas económicas. Surgen grupos que se benefician al aprovecharse de las personas que desean obtener una ventaja económica. Varias estafas en el mercado negro comienzan a ser comunes, como el robo de cuentas y tarjetas de crédito. Los grupos externos se dirigen a la comunidad.
- **Duelo organizado** . Aunque los que sufren individualmente existen en grupos más pequeños, dentro de una población más grande, una tribu que sufre puede satisfacer todas las necesidades sociales de un individuo. El duelo se convierte en la norma social para esas personas y no hay influencia en ningún punto de la red para desprogramar a un agraviado. Esto puede conducir a guerras sin cuartel, donde un grupo intenta destruir, enajenar o expulsar a un grupo rival.
- **Manipulación de cuenta** . Con una gran cantidad de extraños, es difícil rastrear quién viene o va. En los juegos en línea, las personas crean cuentas adicionales y las usan para botting, muling, multi-boxing y otras técnicas que de otro modo son fácilmente rastreables en entornos más íntimos.
- **Corrupción interna** . Al igual que con las naciones, si un juego se vuelve lo suficientemente grande, es fácil para los moderadores y la administración de la comunidad abusar subrepticamente de sus poderes.

Información sobre el diseño del juego

Teniendo en cuenta las limitaciones impuestas por las amistades, las capas de Dunbar y los grupos sociales, vale la pena explorar el diseño del juego que se centra en las escalas sociales humanas naturales. **El diseño a escala humana** es un diseño social que se dirige a las redes egocéntricas de 5, 15, 50 y 150 personas y grupos asociados. Evita explícitamente los sistemas de jugadores que involucran a 500 o más jugadores.

Si puedes construir un juego a escala humana que permita a un jugador pasar tiempo de calidad con buenos amigos, probablemente mejorarás la calidad de su vida. Mientras que si rompes estos límites, dañarás activamente los sistemas sociales de tu juego. Estos modelos de psicología social deberían hacer más que simplemente informar nuestra evaluación de los sistemas de juego: deberían moldear activamente la forma en que abordamos el diseño.

Tal enfoque se centra en un diseño social más pequeño e íntimo como el núcleo de un juego. Está menos preocupado por los grandes números y los sistemas infinitamente escalables, y más interesado en fomentar la confianza y la conexión entre los jugadores. Esta perspectiva nos llevó a algunas ideas fundamentales sobre cómo abordamos el diseño de juegos en línea.

No construyas un gran mundo primero

Un patrón común al diseñar un MMO es:

1. Primero, imagina un mundo grande
2. Luego, averigua con qué llenarlo
3. Finalmente, cree todos los sistemas necesarios para soportar todo lo que ha soñado

Como resultado, los sistemas finales son a menudo sorprendentemente complejos. Has saltado directamente al diseño de sistemas que necesitan manejar los muchos problemas asociados con más de 500 grupos (es decir, tu población de jugadores). Inmediatamente, te enfrentas al problema clave de que tu mundo es solo un área grande y vacía donde un jugador se encuentra esporádicamente con extraños en los que no confía. Como el conflicto surge inevitablemente de estas interacciones de baja confianza, el equipo de desarrollo se esfuerza por agregar una gran cantidad de burocracia para administrar la experiencia de los jugadores pobres. Puede sentirse como reparar fugas interminables en una presa mal ubicada.

En los mejores casos, como EVE Online, los jugadores crean sus propios sistemas de gobierno crudo para apuntalar el diseño social defectuoso. Pero para la mayoría de los juegos, vemos resultados como The Sims Online, donde los grupos al estilo de la mafia lamentan a los nuevos jugadores y los expulsan del juego.

Desde una perspectiva de diseño social, este proceso prepara al equipo con los desafíos de diseño más difíciles posibles, esencialmente creando una gran cantidad de problemas adicionales que luego deben resolverse. Centrarse en el diseño a escala humana sugiere un enfoque diferente:

1. **Definir actividades sociales** . Primero, imagine actividades / contenido / contexto para que los jugadores disfruten juntos. Por ejemplo, puede crear prototipos de mecánica de incursión cooperativa para un MMO PvE.
2. **Mapa de tamaños de grupo y nivel de confianza** . Luego, determine qué tamaños de grupo y niveles de amistad se ajustan mejor a esas actividades. Las actividades de alta confianza deben reservarse para pequeños grupos de amigos cercanos en las capas 5, 15 y 50. Las actividades de baja confianza pueden funcionar para grupos de hasta 150, pero no más allá. De hecho, elimine explícitamente las actividades que involucran a más de 150 personas. Para nuestro ejemplo MMO, usted toma su prototipo de incursión y mapea las variaciones de la incursión que son adecuadas para grupos pequeños de alta confianza, grupos pequeños de baja confianza y grupos grandes de baja confianza.
3. **Construir sistemas de apoyo social adecuados** . Cree sistemas que admitan la actividad correcta para el tamaño de grupo correcto. Con el MMO, se da cuenta de que su encuentro de grupos pequeños de alta confianza necesita canales de comunicación de gran ancho de banda para ejecutarse, por lo que agrega chat de voz o emoticones enriquecidos, dos posibles canales de comunicación que respaldan y permiten el rendimiento del grupo.
4. **Escale la actividad según la calidad y la cantidad de amigos disponibles** . Finalmente, organice las actividades / contenido de modo que los grupos de jugadores puedan aumentar y disminuir orgánicamente. En el ejemplo de MMO, un solo jugador podría estar presente y querrás servirles contenido de baja dependencia y de grupos pequeños. Pero si aparece un extraño, ¿considera cómo el juego podría cambiar a una actividad de poca confianza con juego paralelo? Si aparecen varios amigos, ¿cómo les permitiría la actividad participar en un desafío de mayor confianza (y mayor recompensa)?

Este enfoque tiene la ventaja de mapear más de cerca la forma en que los humanos se han agrupado históricamente: en capas anidadas de familias, tribus, aldeas, etc. Mantenerse más cerca de la forma natural de la agrupación social hará que las actividades de su grupo se sientan más familiares y facilitarán

la vinculación social. También le permitirá aplicar lecciones y mejores prácticas de psicología y antropología más directamente.

El diseño social impulsa la retención y el compromiso

Cuando los diseñadores de juegos piensan en la retención, a menudo primero consideramos la experiencia del usuario (UX). Usando la lógica de UX, si un desarrollador construye una interacción central complicada que es difícil de entender para un jugador, la mayoría de los jugadores comenzarán a trabajar desde el principio. Dichos juegos deberían tener una retención temprana deficiente y luchar con la adquisición de nuevos jugadores.

Sin embargo, la industria del juego tiene muchos contraejemplos. Dwarf Fortress, Go Pets y Dofus son tres juegos reconocidos por sus malas experiencias de usuario. Tienen tutoriales débiles, bucles de juego bizantinos y una falta general de pulido tradicional de la experiencia del usuario por primera vez. Según todos los valores UX tradicionales, deberían ser fallidos, pero no lo son.

Si bien estos juegos tienen una experiencia de usuario deficiente, también tienen un fuerte diseño social. Por ejemplo, Dofus es un juego específicamente popular en Francia. Sus desarrolladores intentaron expandir su alcance a otros países con éxito limitado, por muchas de las razones antes mencionadas.

¿Qué hizo a Francia especial para Dofus?

1. **Evento cultural** . Cuando Dofus se lanzó por primera vez, los MMO en francés eran raros y los primeros usuarios quedaron impresionados por la novedosa experiencia.
2. **La viralidad básica falló** . Los jugadores proselitizaron activamente el juego a sus amigos, pero sus amigos no pudieron jugar ya que el juego era demasiado difícil de aprender.
3. **Transmisión de alto costo a amigos cercanos** . Así que los jugadores fueron a las casas de sus amigos, los ayudaron a instalar el juego y pasaron horas enseñándoles, en persona, los matices de cómo jugar.

Esto no fue intencional, pero el resultado fue que Dofus terminó siendo jugado principalmente por amigos, muchos de los cuales ya formaban parte de las capas de 50, 15 y 5 personas. Esto permitió a los jugadores formar grupos equipados con compatriotas de alta confianza y superar las actividades de alta confianza en el juego. Tener éxito en esas actividades desafiantes en grupos de amigos de confianza le dio al juego un compromiso increíblemente alto.

Se produce un ciclo virtuoso en el que los amigos fuertemente unidos hacen del juego su base de operaciones: un espacio seguro e íntimo para representar su amistad. A su vez, esos jugadores reclutan más de sus redes de amigos en el juego.

Hemos observado un proceso similar en otros ejemplos de juegos de alta retención y baja experiencia de usuario. Para ser claros, la mala experiencia de usuario no es el controlador raíz de las ávidas comunidades de alta confianza de estos juegos. En cambio, es una de las muchas razones pragmáticas para que los jugadores traigan los círculos internos de sus redes de amigos a un juego.

El reverso del mismo proceso básico que impulsó el éxito de Dofus resalta los problemas con la viralidad temprana al estilo de Facebook. Tales "juegos de redes sociales" incentivarían obsesivamente a los jugadores a enviar invitaciones a la mayor cantidad de personas posible. Se produjeron dos resultados:

- **Costos de bucle de reciprocidad no coincidentes** . Incentivados por estos juegos, los jugadores hicieron una obertura de bajo costo a un amigo o asociado (una invitación) que requirió una respuesta de alto costo (registrarse y jugar en el juego). Este es un gran no-no cuando se representan bucles de reciprocidad; daña activamente una relación al sugerir que está listo para extraer valor de su amigo en lugar de construir hacia una necesidad compartida futura. Es decir, molesta a tus amigos y les hace cuestionar el valor de tu relación.
- **Dilución de la confianza de la comunidad** . En segundo lugar, atrae a personas de baja confianza al juego. Debido a que Facebook no se preocupaba por las capas de Dunbar, especialmente en los primeros días del auge de los juegos sociales, muchos usuarios tenían gráficos sociales con cientos de "amigos", muchos de los cuales no eran mejores que los extraños. La apertura de bajo costo para unirse fue poco mejor que un anuncio aleatorio de spam y atrajo a muchos de esos jugadores aleatorios al juego, diluyendo el nivel de confianza para la comunidad que ya está dentro del juego. De un solo golpe, esta práctica codiciosa perjudica la retención, el compromiso y el crecimiento futuro.

Todos estos ejemplos resaltan la verdad básica de que el diseño social es profundamente poderoso, pero a menudo no es una consideración de primer orden para los diseñadores.

Use la terminología adecuada

Una confusión muy común que surgió muchas veces durante nuestras discusiones fue la diferencia entre los amigos, las capas de Dunbar, el tamaño del grupo y la concurrencia (la cantidad de jugadores que iniciaron sesión simultáneamente). Estos son los cuatro conceptos claramente diferentes, sin embargo, es común que los diseñadores sociales los usen indistintamente.

Gran parte de esto es culpa de nuestra terminología existente. Cuando hablamos de juegos multijugador, una abreviatura común es decir: "Es un juego de 16 jugadores". Todos sabemos que esto significa que hay 16 jugadores concurrentes en un partido o sala, pero a menudo asumimos erróneamente que esto también significa que todos son amigos y / o que todos son parte del mismo grupo social.

Ambos errores son un malentendido ingenuo.

- **Los jugadores concurrentes pueden extenderse a través de múltiples tipos de grupos sociales** . Algunos de ellos podrían ser miembros de grupos que son antagónicos a otros subgrupos en el juego. Algunos son miembros de múltiples grupos. Algunos forman pequeños subgrupos mientras que otros forman grandes subgrupos.
- **Pueden tener una mezcla de lazos de amistad** . Algunos de ellos pueden ser amigos. La mayoría son probablemente extraños totales.

En general, tener 16 personas en línea juntas no dice casi nada sobre si están o no en un grupo, o cuál puede ser la fuerza de sus relaciones. Es tentador recurrir a un lenguaje antiguo e inexacto, pero su juego

sufrirá. En cambio, enséñeles a sus equipos de diseño sobre la formación de la amistad, las limitaciones en los tipos de amistad, las compensaciones involucradas en diferentes tamaños de grupos y la logística del juego social.

Use las capas de Dunbar para determinar el nivel de colaboración que su audiencia apoyará

La estructura de las capas de Dunbar nos da una idea de cuántos amigos de un determinado nivel de confianza puede esperar que un jugador tenga en línea en un momento determinado. Hay implicaciones logísticas para el emparejamiento, eventos y más.

En el nivel más básico, la logística de las capas de Dunbar le ayuda a predecir el resultado del siguiente ejemplo:

- Usted diseña una actividad de alta confianza que requiere 100 personas.
- Pero sabemos por las capas de Dunbar que cualquier ser humano solo tendrá un máximo de 15 personas en su vida que tengan este nivel particular de confianza.
- Ha creado un desajuste logístico que resultará en un fracaso inevitable. Y ni siquiera tuvo que construir el juego, lanzarlo al mercado y verlo fallar. ¡Acabas de salvar a tu equipo de millones de dólares y años de su vida!

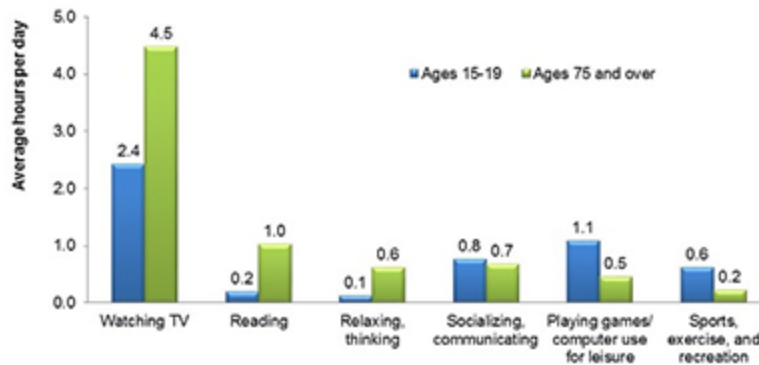
Sin embargo, podemos obtener información más detallada. Así es como calculas la porción exacta de la gráfica de amigo de un jugador que realmente puedes abordar con tu juego. Primero, necesitará algunos datos:

- Parte del tiempo social
- Ratio de concurrencia
- Distribución de amigos

Parte del tiempo social

Compartir el tiempo social es el porcentaje del tiempo total de un jugador dedicado a socializar que se gasta dentro de su juego. Esto corresponde aproximadamente al porcentaje del gráfico social de un jugador que está activo en el juego. [13] Si un jugador pasa el 50% de su tiempo social en un juego, esperaríamos que aproximadamente el 50% de su red de amigos también esté en el juego.

Average hours spent per day in leisure and sports activities, by youngest and oldest populations



NOTE: Data include all days of the week and are annual averages for 2015.

SOURCE: Bureau of Labor Statistics, American Time Use Survey

Hay un par de formas de calcular esto. De manera conservadora, sabemos por estudios de uso del tiempo que el estadounidense promedio tiene aproximadamente 5 horas de tiempo libre por día [14]. Desde esta perspectiva, la cuota de tiempo social equivale a horas por día invertidas en el juego / 5 horas.

Sin embargo, de manera menos conservadora, sabemos que las personas tienden a pasar aproximadamente 0,65 horas por día realmente socializando. Es probable que esto se subestime ya que los estudios de uso del tiempo no miden el tiempo dedicado a socializar en el trabajo. Tampoco consideran el tiempo dedicado a jugar juegos [15] como socializar.

Para los siguientes cálculos, usaremos la definición conservadora de Tiempo compartido social. En comparación, los jugadores más fuertes de Fortnite , alrededor del 8% de la población de jugadores, pasan más de 3 horas jugando por día. Eso es aproximadamente el 60% (o más) del tiempo libre total de un estadounidense promedio.

Ratio de concurrencia

El índice de concurrencia es el índice de jugadores activos mensuales (MAU) respecto de los que están actualmente en línea. Dado que las actividades sincrónicas requieren que las personas estén presentes, no nos sirve de nada si tienes amigos en un juego, pero en realidad no están jugando.

Un MMO altamente social tendrá una relación de concurrencia de 10: 1, por lo que por cada 10 MAU tendrás 1 de esos jugadores en línea. Un fenómeno internacional como Fortnite disfruta de una relación de 20: 1, mientras que muchos juegos web son tan bajos como 150: 1 o 250: 1.

Distribución de amigos

Las capas de Dunbar sugieren que nuestras relaciones se mapean en una distribución de frecuencia muy específica de amigos.

	Dunbar's Layers (Inclusive of lower layers)	Total of Each Friend Type (Exclusive of lower layers)	Percentage of Each Friend Type (Exclusive of lower layers)
Casual Friends	150	100	67%
Good Friends	50	35	23%
Best Friends	15	10	7%
Intimate Friends	5	5	3%

Gráfico 1: Porcentaje de capas de red de amigos presentes en el juego

Esta distribución es válida solo si hacemos varios supuestos:

- **Compromiso a largo plazo** . Primero, nuestro juego es una actividad a largo plazo que ha durado lo suficiente como para que capas internas como amigos íntimos o mejores amigos hayan crecido en el juego o hayan integrado amistades externas preexistentes. Si un juego es nuevo o la gente ha estado jugando durante menos de 200 horas en total [10], verás que esta distribución cambia hacia amigos casuales y extraños.
- **Cohorte suficientemente grande** . La población total de jugadores activos mensuales es de al menos 1500.
- **Soporte para todas las capas** . Si su juego no tiene todos los mecanismos sociales apropiados para una capa determinada, como la necesidad en la capa de 5 personas de ubicaciones privadas / comunicación para facilitar la divulgación segura, esa capa estará menos representada.

Cálculos

Podemos usar Compartir tiempo social, concurrencia y distribución de amigos para calcular información útil sobre nuestro juego.

Digamos que tienes un MMO muy atractivo:

- Cuota de tiempo social: 50%
- Relación de moneda: 10: 1

¿Cuántos amigos habrá en la lista de amigos del jugador? Dada la distribución estándar de amigos, el 50% de la red social de ese jugador estará presente en tu juego. Con un total de 150 amigos, eso significa que habrá 75 amigos jugando el juego.

¿Cuántos amigos estarán en línea ahora? De esos 75 amigos en el juego, debido al índice de concurrencia, solo el 10% (7.5 amigos) estará en cualquier momento, en promedio.

¿Qué tipo de amigos estarán en línea ahora? Utilizando la distribución de amigos en varias capas del cuadro anterior y multiplicándolos por el total de amigos en línea, podemos esperar la siguiente distribución de amigos:

- Amigos casuales: 5
- Buenos amigos: 1.8
- Mejores amigos: 0.5
- Amigos íntimos: 0.3

Este tipo de cálculo impone restricciones mucho más difíciles sobre los tipos de actividades que podemos incorporar a nuestro juego. **Tenga en cuenta que este es el mejor de los casos.** Un MMO altamente social con gran concurrencia y un jugador con una red de amigos totalmente comprometida. En esta situación, tiene la suerte de que un solo buen amigo juegue junto a usted. Sin embargo, tendrás algunos amigos casuales.

Esto sugiere que la actividad central de los juegos incluso muy sociales con jugadores a largo plazo y con grandes inversiones debe ser principalmente actividades de confianza de baja a moderada que involucren a 5-7 jugadores.

¿Cómo se ve esta distribución en diferentes tamaños de cohorte? Usando la misma lógica, puedes ver cómo se verían las distribuciones de amigos en varias poblaciones fijas de jugadores activos.

	Your Intimate Friends (5)	Your Best Friends (15)	Your Good friends (50)	Your Casual friends (150)	Your Acquaintances (500)	Faces you know (1500)
Small Group (5)	Max: 5 Avg: 0	Max: 5 Avg: 0	Max: 5 Avg: 0	Max: 5 Avg: 0	Max: 5 Avg: 0.1	Max: 5 Avg: 0.2
Medium (15)	Max: 5 Avg: 0	Max: 10 Avg: 0	Max: 10 Avg: 0	Max: 15 Avg: 0.1	Max: 15 Avg: 0.2	Max: 15 Avg: 0.5
Band (50)	Max: 5 Avg: 0	Max: 10 Avg: 0	Max: 35 Avg: 0.1	Max: 50 Avg: 0.2	Max: 50 Avg: 0.6	Max: 50 Avg: 1.7
Clan (150)	Max: 5 Avg: 0	Max: 10 Avg: 0.1	Max: 35 Avg: 0.2	Max: 100 Avg: 0.5	Max: 150 Avg: 1.8	Max: 150 Avg: 5
Mega-band (500)	Max: 5 Avg: 0.1	Max: 10 Avg: 0.2	Max: 35 Avg: 0.6	Max: 100 Avg: 1.7	Max: 350 Avg: 6	Max: 500 Avg: 17
Tribe (1500)	Max: 5 Avg: 0.3	Max: 10 Avg: 0.5	Max: 35 Avg: 1.8	Max: 100 Avg: 5	Max: 500 Avg: 17	Max: 1500 Avg: 50

Gráfico 2: Número máximo y promedio de amigos que un individuo tendrá para varios tamaños de cohorte en un juego con un 50% de tiempo social y concurrencia 10: 1.

Debido a la logística de las tasas de concurrencia y a la participación del tiempo social, maximizamos el número de amigos en línea en alrededor de 1500 personas en una cohorte. Simplemente tener cohortes más grandes no mejora la concurrencia de amigos.

¿Cómo podemos mejorar estos números?

Los cálculos anteriores son solo un promedio del tipo de amigos que puede esperar en línea. Al cambiar algunas variables, podemos crear densidades mucho más altas de amigos.

- **Eventos** . Un evento cronometrado o una redada programada de jefes aumenta el número de personas en línea y puede reducir drásticamente la relación de concurrencia. Si puede reducir la proporción de concurrencia a 2: 1 con un evento, entonces tiene más de 12 amigos y 4 buenos amigos jugando. Este cambio es una de las razones por las cuales eventos como las redadas de jefes pueden ser eventos de alta confianza.
- **Actividades asincrónicas** . Las actividades que las personas pueden hacer cuando otros están desconectados permiten que más personas participen. Algunas actividades asincrónicas pueden reducir la relación de concurrencia al equivalente de 1. Estos sistemas tienen el inconveniente de reducir drásticamente los bucles de reciprocidad al reducir el ancho de banda de comunicación, por lo que construir una red de amistad completa puede llevar más tiempo para los jugadores.
- **Reclutamiento** . Dado el bajo compromiso de las capas de amistad más íntimas debido a una logística simple, no es prudente contar con amigos cercanos que juegan ingenuamente el juego juntos. Invierta en sistemas que alienten activamente a los jugadores a jugar con sus seres queridos. Dale herramientas para programar estas actividades.

Diseño de relaciones como diseño de sistemas

Al traducir los conceptos difusos de la psicología social en conceptos más mecánicos, podemos comenzar a tratar el diseño social como una forma de diseño de sistemas. (Algunos pueden encontrar el término 'diseño de sistemas sociales' más apetecible que 'diseño de juegos sociales' después de lidiar con los horrores de Facebook).

En particular, el diseño social se beneficia del uso de la perspectiva de la [economía interna](#) , donde las relaciones se modelan como recursos y transformaciones en esos recursos.

- Cada relación entre dos individuos es un **grupo** . Un grupo es un contenedor que acumula tokens de recursos.
- Los bucles de reciprocidad completados con éxito son una **fuentes** que produce un recurso llamado [capital social](#) que se acumula en cada grupo de relaciones.
- Los bucles de reciprocidad rechazados o desiguales son un **sumidero** que agota el capital social. Al igual que la distancia y la falta de contacto con el tiempo.

Las capas de Dunbar actúan como un límite en el número máximo de cada nivel de relación que pueda tener. Cuando un grupo de relaciones se llena en una de las capas externas, puede transformarse en un

nuevo grupo en una de las capas internas. Sin embargo, si las capas internas están llenas, uno debe ceder. Si alguna de las capas está vacía, el jugador busca acciones que las llenen.

Esto pinta el proceso como bastante frío y transaccional. En la práctica, este tipo de diseño genera emociones intensas. Las pérdidas de capital social producen emociones negativas fuertes, mientras que las ganancias generan emociones positivas. La tasa de pérdida o ganancia intensificará dramáticamente la respuesta emocional. Si su objetivo es hacer reír, llorar o experimentar lo mejor de lo que significa ser humano, cree sistemas sociales fuertes.

Minimice los diseños que requieren grandes grupos impersonales.

Cuando desarrollamos un juego que involucra grupos de 500 y 1500 personas, hemos creado poblaciones más allá de la capacidad del cerebro humano para comprender a otras personas a través de relaciones personales. Nuestros jugadores no saben nada de la mayoría de los demás individuos, ya que son incapaces de construir una red social lo suficientemente grande como para comprender el todo. En cambio, deben confiar en gran medida en las reglas y la heurística para gobernar sus interacciones, y nosotros, como diseñadores de juegos, estamos en el anzuelo para proporcionar esas estructuras.

Simplemente aumentando el tamaño de nuestra comunidad, hemos introducido un inmenso desafío de diseño. Ahora necesitamos construir sistemas para manejar el crimen, la corrupción, la complejidad económica, el clasismo, el racismo y más. De repente, nuestros juegos exhiben la mayoría de los males de la sociedad moderna y la carga recae sobre nosotros para resolverlos. Si no abordamos concienzudamente estos problemas, nuestra comunidad se derrumba en una distopía infernal en línea.

Si le interesa maximizar el impacto social y minimizar el alcance:

- Considere construir comunidades de 50–150 jugadores. Esto aprovechará al máximo los fuertes lazos de retención y compromiso.
- Use la creación de instancias para asegurarse de que su juego pueda soportar una población masiva a pesar de que cada comunidad es autónoma. Juegos como Minecraft; No morir de hambre juntos; MUD antiguos e instanciados; y muchos otros juegos comunitarios pequeños sugieren que esta estrategia puede ser financieramente exitosa y cumplir objetivos de diseño social.
- Si desea crear comunidades más grandes, intente limitarse a cohortes de 500–1500. No hay otros sistemas más grandes que estos valores que sean significativos a nivel de relación, y al crear poblaciones más grandes, diluye y daña los lazos sociales existentes.
- Cuando cree grupos de 500–1500, aproveche sus grupos instanciados de 50 y 150. Cree algunos sistemas de bajo alcance que permitan lazos débiles entre grupos de amigos fuertemente unidos. Las redes comerciales y el intercambio de información estarán entre los sistemas de mayor valor para invertir.

Oportunidad: servir a las motivaciones de los jugadores

Los juegos que prosperan casi siempre son aquellos que satisfacen una fuerte motivación del público. Esto no es diferente para juegos sociales y características sociales. Las capas de Dunbar, en particular, nos dan una estructura para comprender las motivaciones sociales del jugador.

La motivación de pertenencia

“La [hipótesis de pertenencia](#) propone dos características principales. Primero, las personas necesitan interacciones constantes, positivas y personales con otras personas. En segundo lugar, las personas necesitan saber que su vínculo es estable, existe una preocupación mutua y que este apego continuará”.

Puede pensar en las diversas capas de relación como ranuras en una lista. Todos tienen espacio para unos 5 amigos íntimos, 10 mejores amigos, 35 amigos de bien y 100 amigos ocasionales. Si esas máquinas tragamonedas están llenas de relaciones saludables y mutuamente beneficiosas, una persona es razonablemente feliz.

Sin embargo, si alguno de esos espacios está vacío, las personas tienen un fuerte deseo de llenarlos. Cuando no tienen esos espacios llenos, tienden a ser infelices y, en respuesta, buscarán la compañía de otros usando varias estrategias clave:

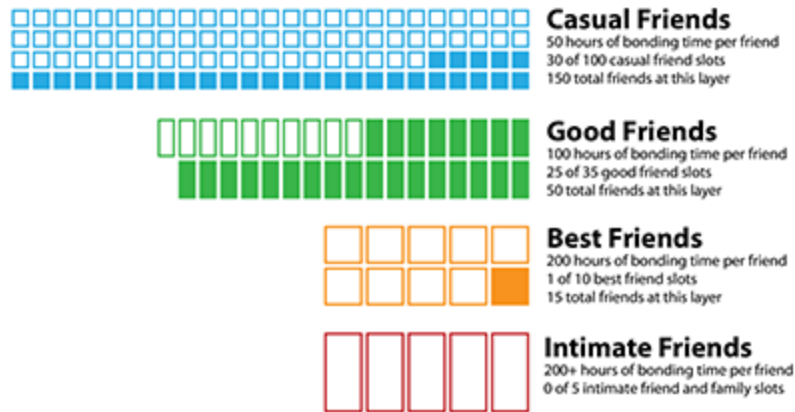
- **Profundizar los lazos con amigos existentes** . Esto se hace para llenar las capas internas de la red de amistad.
- **Conoce gente nueva** . Esto se hace para llenar las capas externas.
- **Hazte miembro de un grupo** . A menudo, la pertenencia se combinará con un deseo de afiliación. Al formar parte de un grupo social, resulta mucho más fácil conocer nuevas personas y profundizar rápidamente las amistades. Piense en la membresía grupal como un multiplicador de vinculación. Es fácil quedar atrapado en la afiliación grupal como un fin, por sí solo, pero recuerde que, en última instancia, las personas se unen a los grupos no por el bien del grupo, sino para llenar los vacíos en su red de amigos principal.

El deseo de formar relaciones aumenta y disminuye

Los eventos de la vida predicen las brechas en la red de amistad de una persona. A medida que aparecen nuevas personas en la vida de una persona, hay menos tiempo para actividades que requieren hacer nuevos amigos.

- **Entrar en una nueva relación íntima o matrimonio** . Esto llena una ranura de la capa interna. También está el inevitable cambio y fusión de sus dos grupos de amigos.

- **Tener un hijo** . Esto también llena una ranura de capa interna. Todo el tiempo que pasas en grupos de padres a menudo transfiere las amistades de tus amigos solteros a otros padres con hijos como tú.
- **Conseguir un nuevo trabajo** . Esto puede llenar cualquier número de ranuras en varias capas a medida que forma nuevas relaciones de trabajo.



Cómo se ve la soledad en una red debilitada

También hay numerosos eventos que debilitan la red de una persona.

- **Quedarse desempleado** . Pierdes las relaciones laborales.
- **Retirarse** . Esto es similar a quedar desempleado, pero a menudo también se pierden las asociaciones profesionales.
- **Ruptura o divorcio** . Una de las pérdidas más intensas de un vínculo interno, muy íntimo. Además de un debilitamiento de todas las relaciones compartidas (relaciones triádicas cerradas en sus redes).
- **Mover** . Cambiando a muchos amigos de alta intimidad a capas externas. Puede romper las amistades existentes y liberar espacios. La investigación sugiere que generalmente no destruye los lazos familiares íntimos.
- **Los niños se mudan** . Cuando los niños van a la universidad, la mayoría de los padres terminan perdiendo miembros clave de su círculo íntimo.
- **Convertirse en anciano** . Hay una erosión lenta de las redes de amigos existentes a medida que las personas se mueven o mueren. Los ancianos también son menos móviles y, por lo tanto, luchan por conocer gente nueva.

En particular, parece haber tres períodos principales en los que los **picos de soledad** : finales de los 20, mediados de los 50 y finales de los 80. Durante estos tiempos, un estudio informó que hasta el 75% de las personas informan que se sienten solas. Estos valores se mantienen en todos los géneros. Proporcionar a estas personas herramientas para construir relaciones saludables sería inmensamente beneficioso para la sociedad.

Dos oportunidades de diseño de juegos sociales

Todo esto sugiere oportunidades para que el diseño de juegos sociales mejore las vidas de nuestros jugadores.

- **Juegos para amigos** . Los juegos de alta confianza deberían apuntar a aquellos con tiempo libre y redes de amigos fuertes y existentes. El objetivo del diseño es atraer a esos amigos al juego.
- **Juegos que ayudan a hacer amigos** : los juegos que intentan deliberadamente convertir a extraños en mejores amigos deben apuntar a grupos que tienen brechas en sus redes sociales. Por ejemplo, un grupo demográfico podría ser hombres solitarios de 50 a 65 años que están viendo una erosión de su red social debido al desempleo, la mudanza de los niños y las pocas oportunidades de encontrar nuevos amigos. Crea un juego que sea la versión moderna de una Logia Masónica.

Ambas oportunidades podrían ser atendidas por el mismo juego, pero asegúrese de clasificar a los jugadores entrantes según sus necesidades y dirigirlos a actividades que satisfagan esas necesidades identificadas.

Conclusión

La gran idea

Los descubrimientos clave en psicología social ponen límites duros a los tipos de juegos sociales que podemos construir.

- La investigación de la amistad muestra que las relaciones significativas en el juego requieren condiciones como proximidad, similitud, reciprocidad y divulgación.
- La investigación de Dunbar's Layers muestra que los jugadores tienen límites duros en la cantidad de relaciones significativas en su vida. Estas amistades se organizan en capas de mayor tamaño y menor intimidad.
- La investigación de grupos sociales muestra la necesidad de una estructura de apoyo cada vez más compleja a medida que crece el tamaño del grupo

Estas son las físicas que los diseñadores sociales deben comprender y desarrollar en sus diseños.

La trampa

Muchos diseños pasados ignoraron las capas de Dunbar e ingenuamente asumieron que "más es mejor". Ignoran la formación de amistad y asumen que "simplemente sucede". Ignoran a los grupos sociales y arbitrariamente agrupan a los jugadores.

En realidad, estos supuestos son activamente dañinos y causan lo siguiente:

- **Menos amistades en el juego** . Una avalancha de desconocidos inunda los mecanismos de reciprocidad y proximidad que generan amigos. Los sistemas de identidad, persistencia, reciprocidad y consentimiento deficientes significan que estos extraños nunca se convierten en amigos, por lo que hay menos relaciones significativas en el juego.
- **Aumento de la toxicidad** . Grandes grupos de extraños crían naturalmente subgrupos tóxicos. Los jugadores se involucran en el rechazo violento de grupos externos para proteger su experiencia y el conflicto intergrupar se convierte en la norma cultural. Tales comunidades son difíciles de reformar y envenenan la retención a largo plazo.
- **Alcance de arrastre** . Los sistemas adicionales necesarios para gestionar grandes grupos de extraños aumentan sustancialmente el alcance de su juego.

Lo que los jugadores necesitan

Si los jugadores no han llenado todos los espacios en su red principal de amigos, sufren. Y, en respuesta, están intrínsecamente motivados para profundizar sus relaciones existentes o construir relaciones con nuevas personas. La lucha por la pertenencia es una de las motivaciones humanas más fuertes. Naturalmente, buscarán actividades que les ayuden a hacer amigos y pertenecer a algo más grande que ellos mismos.

La oportunidad

Si sus juegos ayudan a construir relaciones para el jugador en cualquiera de sus capas internas, obtendrá algunos beneficios clave:

- **Aumentar la retención y el compromiso** . Tu juego se convierte en el lugar donde las personas alcanzan sus deseos. Dado que proporciona un valor inmenso, hacen del juego una parte clave de sus vidas.
- **Mejora la vida de tus jugadores** . Experimentarán menos depresión, mejor salud y más robustez frente a los eventos negativos de la vida.

Mejores prácticas

Si tomamos todas las ideas obtenidas de la investigación en psicología grupal, ejemplos del diseño de juegos en línea, el examen de las capas de Dunbar y la motivación social, todo ello en consideración, podemos llegar a varias y mejores prácticas:

- **Crea juegos para grupos más pequeños** . Las actividades básicas deben apuntar a grupos pequeños y colaborativos. Grandes grupos de amigos cercanos son raros o, en muchos casos, matemáticamente imposibles.
- **Agrupar a los jugadores en cohortes persistentes de alta densidad** . Entonces tienen interacciones repetidas con los mismos jugadores. Cuantos más bucles de reciprocidad se completen, más fuertes serán las amistades. Los espacios grandes y vacíos no son una característica positiva.

- **Fomentar eventos de alta concurrencia o actividades asincrónicas** . La logística favorece que los jugadores estén cerca para interactuar con sus amigos. Tener amigos jugando el mismo juego no importa si nunca los ves.
- **Apunta a un compromiso a largo plazo** . Crea un juego en el que los jugadores participen durante cientos de horas, para que tengan tiempo suficiente para construir amistades más profundas. Se necesitan al menos 50 horas de interacciones para formar una amistad básica.
- **Atraer amigos existentes, si es posible** . Amigos existentes de la base más sólida para tu comunidad de juegos, especialmente cuando lanzas tu juego por primera vez. Coloca a las personas en estructuras seguras, como gremios, y anímalos a traer a sus amigos.
- **Diseño para escalar el espectro de confianza** . Cuando introduzca extraños en su juego, cree actividades de baja confianza que se conviertan en actividades de alta confianza. Comience con un juego en paralelo o para un solo jugador y permita a los jugadores optar por actividades de mayor dependencia. Si los jugadores comienzan a formar amistades fuertes en el juego, apóyanlos. Lleve esas relaciones a lugares seguros con herramientas para permitir el consentimiento, el apoyo y la divulgación.

Pensamientos finales

Como diseñadores de juegos éticos, debemos esforzarnos por alcanzar un propósito superior más allá de simplemente extraer dinero, tiempo y energía de nuestros jugadores. Construir amistades y proporcionar a las personas solitarias conexiones humanas son objetivos dignos de nuestro trabajo de la más alta calidad.

Si estás trabajando en un juego multijugador, pregúntate cómo tus diseños ayudan a construir capital social con y entre tus jugadores. Si encuentra personas que creen que "más es mejor" cuando se trata de construir sistemas sociales, le recomendamos que les envíe este informe. Hay una nueva ola de diseño de juegos sociales inspirada en las lecciones de la psicología social y estamos inmensamente emocionados de ser parte de ella.

Notas finales

[1] **Comunidades activas de MUD** . Los ejemplos incluyen, a la fecha de este escrito (diciembre de 2018): [Acaya, Sueños de tierras divinas](#) (1997-presente); [Aardwolf MUD](#) (1996-presente); [GemStone IV](#) (1988-presente); [Realms of Despair](#) (1994-presente); y [Umbral RPG](#) (1996-presente)

[2] **Capas de Dunbar** . "En términos generales, los humanos tienen de uno a dos amigos especiales, cinco amigos íntimos, 15 mejores amigos, 50 buenos amigos, 150 amigos" justos "y 500 conocidos. Nuestras relaciones forman una serie de círculos en expansión de mayor tamaño y menor intensidad y calidad de la relación ". Woodward A (2017) con un poco de ayuda de mis amigos. Científico americano. Consultado el 27 de diciembre de 2018 en <https://www.scientificamerican.com/article/with-a-little-help-from-my-friends/>

[3] **Número de Dunbar** . "La cifra de 150 parece representar el número máximo de personas con las que podemos tener una relación social genuina, el tipo de relación que conlleva saber quiénes son y cómo se relacionan con nosotros. Dicho de otra manera, es la cantidad de personas con las que no te sentirías

avergonzado de unirse sin invitación a tomar una copa si te topas con ellas en un bar ". Dunbar R (1998) De cerebros y grupos y evolución. En Grooming, Gossip, and the Evolution of Language (pp. 80-105). Recuperado el 26 de diciembre de 2018, de <https://books.google.com/books?id=nN5DFNT-6ToC&pg=PA77>

[4] **La capa de 50 personas** . "Por lo tanto, 50 personas pueden representar una agrupación social natural (en el mundo de las redes sociales personales, es el conjunto de individuos que proporciona la mayor parte de los contactos sociales regulares y todo el apoyo emocional y económico ...)" Kordsmeyer T, Carron P, Dunbar R (2017) Los tamaños de las comunidades permanentes de campamento reflejan restricciones en las comunidades humanas naturales. Current Anthropology, 58 (2), 289-294. Recuperado el 26 de diciembre de 2018, de [https://www.psych.uni-goettingen.de/de/biopers/publications_department/pdfs/Kordsmeyer_MacCarron_Dunbar_2017_Sizes% 20of% 20Permanent% 20Campsite% 20Communities % 20Reflect% 20Constraints% 20on %Huatural% 20on %Huatural% 20on %Hunatural% 20Community% 20 .pdf](https://www.psych.uni-goettingen.de/de/biopers/publications_department/pdfs/Kordsmeyer_MacCarron_Dunbar_2017_Sizes%20of%20Permanent%20Campsite%20Communities%20Reflect%20Constraints%20on%20Huatural%20on%20Huatural%20on%20Hunatural%20Community%20.pdf)

[5] **Enlaces diádicos desiguales** . "Al analizar encuestas de relaciones autoinformadas de varios experimentos, encontramos que se espera que la gran mayoría de las amistades sean recíprocas, mientras que, en realidad, solo la mitad de ellas son recíprocas". Almaatouq A, Radaelli L, Pentland A, Shmueli E (2016) ¿Eres amigo de tus amigos? La mala percepción de los lazos de amistad limita la capacidad de promover el cambio de comportamiento. PLoS ONE 11 (3): e0151588. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0151588>

[6] **La soledad afecta la longevidad** . "... los individuos con relaciones sociales adecuadas tienen un 50% más de probabilidades de supervivencia en comparación con aquellos con relaciones sociales pobres o insuficientes. La magnitud de este efecto es comparable con dejar de fumar y excede muchos factores de riesgo conocidos de mortalidad (por ejemplo, obesidad, inactividad física) ". Holt-Lunstad J, Smith T, Layton J (2010) Relaciones sociales y riesgo de mortalidad: una revisión metaanalítica. PLoS Med 7 (7): e1000316. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000316>

[7] **La amistad impacta la satisfacción de la vida** . "... los resultados indican que tener / conocer amigos y relaciones de amistad de buena calidad son importantes para una satisfacción general de la vida". Amati V, Meggiolaro S, Rivellini G, Zaccarin S (2018) Relaciones sociales y satisfacción con la vida: el papel de los amigos. Género, 74 (1), 7. <https://doi.org/10.1186/s41118-018-0032-z>

[8] **La amistad reduce la depresión** . "Las personas que tienen amigos y confidentes cercanos, vecinos amigables y compañeros de trabajo de apoyo tienen menos probabilidades de experimentar tristeza, soledad, baja autoestima y problemas para comer y dormir. De hecho, un hallazgo común de la investigación sobre los correlatos de la satisfacción con la vida es que el bienestar subjetivo se predice mejor por la amplitud y profundidad de las conexiones sociales ". Helliwell J, Putnam R (2004) El contexto social del bienestar. Transacciones filosóficas de la Royal Society de Londres. Serie B: Ciencias biológicas, 359 (1449). <https://doi.org/10.1098/rstb.2004.1522>

[9] **Las relaciones tóxicas afectan la salud** . "... las personas que experimentaron aspectos negativos de las relaciones cercanas tenían un mayor riesgo de eventos coronarios incidentes ...". De Vogli R, Chandola

T, Marmot M (2007) Aspectos negativos de las relaciones cercanas y las enfermedades del corazón. Arch Intern Med, 167 (18), 1951–1957. <https://doi.org/10.1001/archinte.167.18.1951>

[10] Las **amistades cuestan tiempo para construir** . Para más detalles, ver: Hellman, R (2018) ¿Cómo hacer amigos? El estudio revela el tiempo que lleva. Servicio de noticias KU. Recuperado el 19 de diciembre de 2018, de <https://news.ku.edu/2018/03/06/study-reveals-number-hours-it-takes-make-friend>

[11] Las **redes sociales no amplían nuestra capacidad de amistad** . “El hecho de que las redes sociales sigan siendo del mismo tamaño a pesar de las oportunidades de comunicación que brindan las redes sociales sugiere que las restricciones que limitan las redes cara a cara no son completamente eludidas por los entornos en línea. En cambio, parece que las redes sociales en línea siguen sujetas a las mismas demandas cognitivas de mantener relaciones que limitan las amistades fuera de línea ”. Dunbar R (2016) ¿Las redes sociales en línea eliminan las restricciones que limitan el tamaño de las redes sociales fuera de línea? Royal Society Open Science, 3 (1). <https://doi.org/10.1098/rsos.150292>

[12] Las **relaciones íntimas predicen mejor la salud** . "... la presencia de una relación íntima (a diferencia de una red social más amplia) [tiene] el mayor efecto para explicar la variación en el estado de ánimo deprimido". Roberts S, Arrow H, Gowlett J, Lehmann J, Dunbar R (2014) Relaciones sociales cercanas: una perspectiva evolutiva. En R Dunbar, C Gamble, J Gowlett (Eds.), Lucy to Language: The Benchmark Papers (pp. 151-180). Oxford: Oxford University Press.

[13] **Cómo la inversión da forma a la distribución del gráfico social** . "La fuerza de un empate es una combinación (probablemente lineal) de la cantidad de tiempo, la intensidad emocional, la intimidad (confianza mutua) y los servicios recíprocos que caracterizan el empate" Granovetter M (1973) The Strength of Weak Ties. American Journal of Sociology, 78 (6), 1360-1380. Recuperado el 28 de diciembre de 2018 de <https://www.jstor.org/stable/2776392>

[14] **Tiempo libre disponible** . La mujer estadounidense promedio gasta aproximadamente cinco horas por día en actividades de ocio (35 horas por semana), mientras que el hombre estadounidense promedio gasta aproximadamente 5.5 horas por día (38.5 horas por semana). Bureau of Labor Statistics, US Department of Labor (2018) American Time Use Survey - 2017 Results. Comunicado de prensa de la Oficina de Estadísticas Laborales. Recuperado el 20 de diciembre de 2018, de <https://www.bls.gov/news.release/pdf/atus.pdf>

[15] **¿Por qué las personas socializan en los juegos?** “A primera vista, esto puede parecer un triste estado de cosas. Incluso podría leerse como distópico: las personas escapan de la vida real para estar en mundos virtuales. Las personas a menudo encuentran comunidad dentro de [los mundos de los juegos](#) , y pueden obtener una mayor sensación de experiencia compartida al competir o asociarse con personas de todo el mundo que comparten sus intereses. En algunos casos, estas conexiones podrían incluso ser más valiosas que, por ejemplo, cotillear con un vecino ”. Kopf D (2018) Los estadounidenses socializan menos y juegan más juegos. Cuarzo. Recuperado el 28 de diciembre de 2018, de <https://qz.com/1320344/americans-are-socializing-less-and-playing-more-games/>

Otras referencias

Bura S (2008) Ingeniería de la emoción en videojuegos. Recuperado el 28 de diciembre de 2018, de <http://www.stephanebura.com/emotion/>

Casari M, Tagliapietra C (2018) Tamaño del grupo en sistemas socioecológicos. Actas de la Academia Nacional de Ciencias, 115 (11), 2728-2733. <https://doi.org/10.1073/pnas.1713496115>

Cook D, (2018) Patrones de diseño de juegos para construir amistad. GDC 2018. Recuperado el 28 de diciembre de 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=voz6S7ryWC0>

Cook D, Bialoskurky Y, Fulton B, Fitch M, Gonzales J (2016) Patrones de diseño del juego que facilitan que los extraños se conviertan en "amigos". Proyecto Herradura. Recuperado el 19 de diciembre de 2018, de <https://www.projecthorseshoe.com/reports/featured/ph16r4.htm>

Dormans J, Adams E (2012) Game Mechanics: Advanced Game Design (Voices That Matter). San Francisco, California: Peachpit
Dunbar R, Sosis R (2018) Optimización del tamaño de la comunidad humana. Evolución y comportamiento humano, 39 (1), 106-111. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2017.11.001>

Dunbar, R (1993). Coevolución del tamaño neocortical, el tamaño del grupo y el lenguaje en humanos. Behavioral and Brain Sciences, 16 (4), 681-735. Recuperado el 28 de diciembre de 2018, de <http://mnytud.arts.unideb.hu/tananyag/dunbar.htm>

Glaeser E, Laibson D, Sacerdote B. (2002) Un enfoque económico del capital social. The Economic Journal 2002, 112 (483), F437-F458. Consultado el 28 de diciembre de 2018, en <https://scholar.harvard.edu/laibson/publications/economic-approach-social-capital>
Group Cohesiveness. En Wikipedia Recuperado el 28 de diciembre de 2018, de https://en.wikipedia.org/wiki/Group_cohesiveness

Hall J, Davis D (2016) Proponiendo la teoría del vínculo de comunicación: intersecciones evolutivas con comunicación interpersonal episódica. Teoría de la comunicación, 27 (1), 21-47. Recuperado el 28 de diciembre de 2018, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/comt.12106>

Lazos interpersonales. En Wikipedia Recuperado el 28 de diciembre de 2018, de https://en.wikipedia.org/wiki/Interpersonal_ties

Koster R (2003) Mundos pequeños. Consultado el 28 de diciembre de 2018 en <https://www.raphkoster.com/gaming/smallworlds.pdf>

Koster R (2018) El espectro de confianza. Recuperado el 28 de diciembre de 2018, de <https://www.raphkoster.com/2018/03/16/the-trust-spectrum/>

Lee E, Depp C, Palmer B, Glorioso D (2018) Alta prevalencia y efectos adversos para la salud de la soledad en adultos que viven en la comunidad a lo largo de la vida: el papel de la sabiduría como factor protector. Cambridge Core. <https://doi.org/10.1017/S1041610218002120>

Marvin R (2018) Fortnite by the Numbers: ¿cuántas horas juegas cada semana? PC Magazine. Recuperado el 20 de diciembre de 2018, de <https://www.pcmag.com/news/364107/fortnite-by-the-numbers-how-many-hours-are-you-playing-each>

Moai (grupos de apoyo social). En Wikipedia Recuperado el 28 de diciembre de 2018, de [https://en.wikipedia.org/wiki/Moai_\(social_support_groups\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Moai_(social_support_groups))

Putnam R (2000) Bowling Alone: The Colapse and Revival of American Community. Nueva York, Nueva York: Touchstone Books por Simon & Schuster

Sandstrom G, Dunn E (2014) Interacciones sociales y bienestar: el sorprendente poder de los lazos débiles. Boletín de Personalidad y Psicología Social, 40 (7). Recuperado el 28 de diciembre de 2018, de <https://pdfs.semanticscholar.org/822e/cdd2e3e02a3e56b507fb93262bab58089d44.pdf>

Enfoque de cohesión social. En Wikipedia Recuperado el 28 de diciembre de 2018, de https://en.wikipedia.org/wiki/Social_group#Social_cohesion_approach

Tamarit I, Cuesta J, Dunbar R, Sánchez A (2018) La asignación de recursos cognitivos determina la organización de las redes personales. Actas de la Academia Nacional de Ciencias, 115 (33), 8316-8321. <https://doi.org/10.1073/pnas.1719233115>

Depp C, Palmer B, Glorioso D, Daly R, Liu J, Tu X, Kim H, Tarr P, Yamada Y (2018) La soledad grave abarca la esperanza de vida de los adultos, pero hay un lado positivo: sentirse solo vinculado a enfermedades psicológicas y físicas , pero la sabiduría puede ser un factor protector [Comunicado de prensa]. Alerta Eureka. Recuperado el 28 de diciembre de 2018, de https://www.eurekalert.org/pub_releases/2018-12/uoc--sls121218.php