



Centres universitaris adscrits a la



Grado en Diseño y Producción de Videojuegos

Diablo III: crónica y consecuencia sobre la casa de subastas

Oscar Garcia Subirana
Curso: 2020- 2021



Índice

1. Introducción	1
2. Causa y efecto	2
3. Desenlace	3
4. Conclusiones	4
5. Bibliografía	5

1. Introducción

La casa de subastas para Diablo III (Diablo Wiki) fue una funcionalidad que hasta entonces, no se había visto en entregas previas a la saga. Se trataba de un sistema de comercio donde los jugadores podían realizar la compra/venta de objetos a través del uso de dos monedas distintas, la moneda virtual dentro del juego (oro) y dinero real.

Blizzard ya lanzó un sistema de subastas similar en World of Warcraft (2004), sin embargo, hasta la fecha tan solo era posible comerciar con su moneda virtual (oro). En este caso, para la nueva entrega de Diablo, la compañía quiso ir un paso más allá e introducir dinero real como unidad de comercio.

Las normas para la comunidad del juego con respecto al uso de dinero real en la casa de subastas, fueron expuestas de manera clara (Orland, 2012). Por un lado, se disponía de PayPal para la transacción de dinero a través del juego, donde por cada venta realizada, se recortaba en un 15% el beneficio de la misma por medio del pago de intereses. Como segunda opción, se disponía del saldo de Blizzard (Battle.net), donde se reducía la ganancia de la venta en un valor mínimo de un dólar americano, pudiendo ser incrementada su reducción hasta en un 15% del total por unidad vendida, nuevamente para hacer frente al pago de intereses.

Según palabras de Jay Wilson en su análisis de post-mortem (Xanth, 2017), quien por entonces era el director del videojuego, la casa de subastas surgió con el deseo de legitimar el comercio para que los jugadores permanecieran en el juego con el fin de gestionar sus intercambios, en lugar de ir a sitios de terceros tal y como ocurrió con Diablo II y, como resultado de esto, reducir el fraude, las estafas, el spam y evitar la piratería, ofreciendo de este modo, la mejor experiencia de juego para los jugadores.

Sin embargo, Patrick Prax, quien creó un marco teórico para analizar el modelo de negocios y las decisiones de desarrollo dentro de Diablo III, demostró que el conjunto de los elementos de diseño integrados en el juego, fueron pensados para favorecer los intereses de la compañía al generar un aumento de ingresos ocasionados por el uso de la casa de subastas a través de dinero real (Prax, 2014).

2. Causa y efecto

El 15 de mayo del 2012 fue lanzado Diablo III, sin embargo, tan solo era posible hacer uso de la moneda virtual dentro de la casa de subastas, ya que la utilización del dinero real aún no se encontraba disponible. En ese momento, aparecieron los primeros casos de cuentas comprometidas, aumentando el número de incidencias en días próximos (Odalie, 2012). Junto a este hecho, se sumaban las múltiples quejas de jugadores afirmando experimentar errores de conexión a la hora de utilizar los servicios online del juego. Esto hacía de alguna manera, aumentar la preocupación en los jugadores, los cuáles no se sentían protegidos y mostraban cierta desconfianza sobre el uso de dinero real dentro de un sistema inestable e inseguro (Hipukema, 2012).

El 15 de junio del 2012 (Hafer, 2012), fue puesto en marcha la utilización de dinero real en la casa de subastas, donde los jugadores podían realizar las primeras transacciones de objetos dentro del juego. Un mes más tarde (Senior, 2012), se añadió la opción de compra/venta de oro usando dinero real.

Por entonces, los errores de conexión de los servicios online dentro del juego, dejaron de tener protagonismo por parte de la comunidad. Sin embargo, se inició un nuevo debate que, hasta el momento, había pasado desapercibido. La presencia de bots y el uso de programas no permitidos, fueron usados por aquellos usuarios que sin esfuerzo trataban de sacar un beneficio económico vendiendo oro por dinero real. Esto causó que la moneda virtual del juego fuese devaluada.

La prensa hasta aquel momento, se mantenía al margen de las incidencias ocurridas en el juego, ofreciendo información acerca de la salida de esta nueva característica dentro de Diablo III y al funcionamiento de la misma (Rowland, 2012). Sin embargo, una vez salieron a la luz los primeros casos de bots dentro del juego, la BBC (Ward, 2012) realizó un artículo donde afirmaba lo siguiente: “la casa de subastas del Diablo III, atrae a tramposos y los hace ricos”.

Por otro lado, la propia prensa confirmaba información con respecto al bloqueo por parte de Blizzard de miles de cuentas de usuarios que habían estado abusando de los términos de uso, debido al uso de bots (Ray, 2012).

Tal y como Hamari y Lehdonvirtä indican en su estudio sobre el diseño de juego como marketing, los jugadores son un activo importante que agregan valor al juego mientras se interactúa dentro del mundo de ficción. Sin ellos no habría mercado para vender, ni ofertas para escoger, por lo tanto, habría menos razones para comprar artículos ya que no otorgarían estatus social, uno de los principales puntos de venta de bienes virtuales. (Hamari y Lehdonvirtä, 2010). Esto demuestra que los ingresos del mercado no eran generados por Blizzard o por su trabajo, sino que se originaban a causa del trabajo y las interacciones de los jugadores. Por ello, la decisión de bloquear miles de cuentas por parte de Blizzard, ocasionó un dilema moral, al afectar el ecosistema monetario que la propia compañía había desarrollado.

Para poder constatar todos estos hechos y conocer el criterio de los trabajadores, se ha tomado como ejemplo uno de los empleados de Blizzard tras una entrevista por Skype (Ana Planas, social worker), quién estuvo trabajando para la compañía durante el periodo de tiempo en el cual la casa de subastas con dinero real estuvo operativa y quien, por aquel entonces, ofrecía soporte a aquellos jugadores que experimentaban incidencias dentro del juego. Ana asegura que, el uso de esta característica dentro del juego, rompió la naturaleza de la saga, haciendo que los usuarios se olvidasen de jugar, y se centrasen únicamente en la gestión de la casa de subastas. Por otro lado, se denegaba el soporte a aquellos jugadores que experimentaban errores que provenían de la casa de subastas, según los términos de servicio, por lo que esto implicaba obtener malos resultados en las encuestas de satisfacción, haciendo que incluso algunos jugadores cancelasen su suscripción a World of Warcraft a modo de protesta, provocando así un daño colateral en la compañía.

3. Desenlace

Jay Wilson, reconoció en su análisis de post-mortem haberse equivocado en cuanto a creer que los beneficios de la casa de subastas para Diablo III, superarían los inconvenientes ocasionados. Ese razonamiento fue causado por el éxito que la misma funcionalidad había generado en World of Warcraft. Sin embargo, la actividad en ambos juegos no era la misma.

Mientras que en la casa de subastas de World of Warcraft, los artículos más populares y más comercializados, eran representados por materiales de elaboración (Kohler, 2013), en Diablo

III, además de poder comprar oro con dinero real, era posible adquirir cualquier tipo de mejora que pueda ser utilizada por el avatar de un jugador tal y como armas y armaduras. Esto provocó que los jugadores descubrieran una manera más sencilla y rápida de obtener equipo, dejando de lado la parte jugable y la esencia que hasta entonces había representado a la saga.

Como consecuencia de todos estos sucesos, el día 17 de septiembre de 2013, John Hight, director de producción de Diablo III y el director del juego Josh Mosqueira, realizaron un comunicado en YouTube, donde anunciaron el cierre de la casa de subastas en el juego haciéndose efectivo el día 18 de marzo de 2014. La misma comunicación fue expresada por escrito a través de la página web oficial de Diablo 3 por el mismo director de producción (Hight, 2013).

Este comunicado, cerró una etapa repleta de polémicas ocasionadas por la casa de subastas desde que esta característica fue anunciada. Ambos directores aprovecharon para anunciar la salida de la primera expansión del juego (Reaper of souls), centrados en ofrecer una experiencia de juego más enriquecedora para los jugadores.

4. Conclusiones

Uno de los valores fundamentales de Blizzard y que podemos localizar en su página web es "Gameplay First", sin embargo, al permitir que el modelo de negocio de Diablo 3 influyese en el diseño del juego, Blizzard no actuó de acuerdo con su propio valor fundamental, sino que siguió las sugerencias de la investigación de mercados dejando que el diseño siga el modelo de negocio (Hamari y Lehdonvirtä, 2010).

Este comportamiento de la empresa, encaja con el primer filtro de modelo propagandístico de Herman y Chomsky, donde las empresas como productoras de medios están en un sistema capitalista obligadas a actuar de acuerdo con consideraciones financieras y no artísticas o éticas. (Herman y Chomsky, 1988).

Por lo tanto, el enfoque que Blizzard debió seguir para producir el mejor producto y experiencia posible para su público, fue tratar de desarrollar juegos no basados en un modelo de monetización y por consecuencia, tener en consideración como prioridad máxima su valor fundamental.

5. Bibliografía

Diablo Wiki. (s. f.). Auction House. Recuperado el 17 de noviembre de 2020, de https://diablo.fandom.com/wiki/Auction_House

Hafer, T.J. (2012, 12 de junio). PC Gamer. Diablo 3 real money auction house has launched in the Americas. Recuperado el 16 de noviembre de 2020, de <https://www.pcgamer.com/diablo-3-real-money-auction-house-has-launched-in-the-americas/>

Hamari, J. and Lehdonvirtä, V. (2010) Game design as marketing: How game mechanics create demand for virtual goods. *Int. Journal of Business Science and Applied Management*, Volume 5, Issue 1.

Hight, J. (2013, 17 de septiembre). Diablo3. Diablo III Auction House Update. Recuperado el 18 de noviembre de 2020, de <https://us.diablo3.com/en-us/blog/10974978/>

Hipukema (2012, 22 de mayo). Diablo Esp. Problemas de servidores, cuentas pirateadas. Recuperado el 16 de noviembre de 2020, de <https://www.diablo3-esp.com/foros/problemas-de-servidores-cuentas-hackeadas-t6837-30.html>

Kohler, C. (2013, 20 de septiembre). Wired. Why Diablo's Auction house went to straight to hell. Recuperado el 18 de noviembre de 2020, de <https://www.wired.com/2013/09/diablo-auction-house/>

Mullen, A. and Klaehn, J. (2010) The Herman–Chomsky Propaganda Model: A Critical Approach to Analysing Mass Media Behaviour, *Sociology Compass* 4/4, 215–229.

Odalie (2012, 24 de mayo). Diablo Esp. Próximo parche, RMAH y preocupación sobre la seguridad de Battle.net. Recuperado el 16 de noviembre de 2020, de <https://www.diablo3-esp.com/foros/post168108.html#p168108>

Orland, K. (2012, 1 de mayo). Arstechnica. Blizzard to take up to 15 percent of Diablo III real-money auction house sales. Recuperado el 16 de noviembre de 2020, de <https://arstechnica.com/gaming/2012/05/blizzard-to-take-up-to-15-percent-of-diablo-iii-real-money-auction-house-sales/>

Planas, Ana. Social worker (Irlanda). Inicio [página de LinkedIn]. Recuperado el 17 de enero de 2020, de <https://www.linkedin.com/in/ana-planas-b6a4a22b/>

Prax, P. (2014) Game Design and Business Model: an Analysis of Diablo 3. *DiGRA '13 - Proceedings of the 2013 DiGRA International Conference: DeFragging Game Studies*, Volume 7, Issue1.

Ray, A. (2021, 19 de diciembre). Polygon. Blizzard bans several thousand Diablo 3 players for using bots and cheating. Recuperado el 17 de noviembre de 2020, de <https://www.polygon.com/2012/12/19/3784398/blizzard-bans-several-thousand-diablo-3-players-for-using-bots-and>

Rowland, M. (2012, 1 de mayo). GameRant. Diablo 3 auction house fees detailed. Recuperado el 16 de noviembre de 2020, de <https://gamerant.com/diablo-3-auction-house-price-details/>

Senior, T. (2012, 13 de julio). PC Gamer. Diablo 3 real money auction house gets gold trading. Recuperado el 16 de noviembre de 2020, de <https://www.pcgamer.com/diablo-3-real-money-auction-house-gets-gold-trading-game-guide-explains-magic-find/>

Ward, M. (2012, 12 de julio). BBC. Diablo 3's real money auctions attract get-rich cheaters. Recuperado el 17 de noviembre de 2020, de <https://www.bbc.com/news/technology-18783069>

YouTube. (2013). Diablo III Auction House Update. [Video]. Recuperado el 18 de noviembre de 2020, de <https://www.youtube.com/watch?v=FhC0NaB6ock>

Xanth (2017, 24 de enero). DiabloII.net. Post-mortem with Jay Wilson. Recuperado el 17 de noviembre de 2020, de <https://www.diabloii.net/blog/comments/diablo-3-post-mortem-jay-wilson-pt1>