



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

---

**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**

**La publicidad social en videojuegos en línea. Análisis  
semiótico de la campaña Mercy Rosa en el videojuego  
Overwatch**

**T E S I S**

Para obtener el grado de:  
**Licenciada en Comunicación**

**P R E S E N T A**

Labana Morales Alejandra

**DIRECTOR DE TESIS**

Dr. José Ángel Garfias Frías



Ciudad Universitaria, Cd. Mx. 2022



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## La publicidad social en videojuegos en línea. Análisis semiótico de la campaña Mercy Rosa en el videojuego Overwatch

**Resumen.** El proyecto se enfoca en las relaciones transtextuales que tiene el denominado *gamer* con su entorno, el cómo se entiende el concepto de “héroe” y cómo es que las campañas de publicidad social podrían incidir en el actuar de los jugadores mediante mensajes simbólicos que cobren un sentido para este público. En la última década los videojuegos han sido utilizados en la publicidad, los bien llamados *advergames*, sin embargo, esta propuesta de análisis corresponde al planteamiento de que éstos no solo son viables en lo comercial, sino también en lo social debido al concepto que los jugadores tienen sobre la justicia y lo heroico.

**Palabras clave:** Análisis, publicidad social, héroe, narrativa, sentido, gamer, transtextualidad, sistema, interpretante, intérprete, participación, estructura, acciones, nuevos textos.

**Asesor: José Ángel Garfias Frías**

## **Agradecimientos**

A mi familia. Mis papás, por proporcionarme todo lo necesario durante mi vida académica para que este día fuera posible, por cuidarme y día con día darme el claro ejemplo de perseverancia y amor hacia lo académico. Mi hermana, por escucharme pese a no ser afín a la comunidad gamer, muchas de las ideas aquí descritas surgieron de pláticas con ella en la madrugada. Recientemente, también a Torombola y Kiara quienes se encuentran acompañándome en la recta final de este proyecto. Gracias por apoyarme en cualquier circunstancia.

Para Dan, por ser la persona que ha creído más en mí en tantos años, incluso cuando yo dejé de hacerlo, por la motivación, ayuda e impulso que me ha otorgado, proporcionarme un lugar seguro en el cual escribir cuando lo necesité, así como el apoyo dentro de toda mi carrera y también, fuera de ella. Gracias por seguir conmigo los múltiples caminos que tuve que recorrer para encontrarme en la finalización de esta gran etapa.

Rosita y Brujita, no sería quien soy el día de hoy sin todo lo que ellas me enseñaron, por creer en mí y nunca dudar de todo lo que puedo lograr, las llevo conmigo en cada proyecto académico y laboral que se cruza en mi vida, gracias por tanto.

A mi asesor, el profesor José Ángel Garfias, por creer en mí y apoyarme en todo momento, por sus ideas y aportes para la mejora de mi proyecto y por brindarme una valiosa fuente de inspiración para la entrega de mi tesis.

Investigación realizada gracias al Programa de Apoyo a Proyectos para Innovar y Mejorar la Educación (PAPIME) de la UNAM con clave PE304320, proyecto titulado “Manual para la elaboración de videojuegos”. Agradezco a la DGAPA la beca recibida (Reglas de Operación de PAPIIT, 2021 P. 26).

## Índice

<b>Introducción</b> .....	p.6
<b>Capítulo 1. Historia de Overwatch</b> .....	p.13
1.1 Contexto del videojuego.....	p.13
1.2 Roles de los personajes.....	p.15
1.3 Mapas.....	p.17
1.4 Eventos.....	p.19
<b>Capítulo 2. Concepción de Héroe</b>	
2.1 Signos con los que se relaciona el concepto de héroe.....	p. 24
2.2 Historia y función de los héroes.....	p. 26
2.3 Historia y función de los villanos.....	p.39
<b>Capítulo 3. Publicidad social</b>	
3.1 Publicidad social enfocada en gamers.....	p.44
3.2 Campaña de publicidad Mercy Rosa.....	p.47
3.3 Técnicas de la publicidad social.....	p.49
<b>Capítulo 4. Análisis semiótico</b>	
4.1 Actantes dentro de Overwatch.....	p.55

4.2 Análisis Isomórfico.....	p.59
4.3 Análisis semiótico del primer spot.....	p.69
4.4 Análisis semiótico del segundo spot.....	p.86
4.5 Análisis semiótico del tercer spot.....	p.105
<b>Conclusión.....</b>	<b>p.121</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>p.124</b>

## Introducción

Los videojuegos se han posicionado a lo largo de la historia por su estructura narrativa, la cual consta de acciones que hacen sentir a los jugadores parte de un mundo externo en el cual podrán ser ellos los protagonistas.

Cuando se establecen procesos de comunicación se puede ver que hay efectos que tienen antecedentes de otros textos y con ello hay prosumidores, con lo que me refiero a que no sólo se aceptan textos sino que al saberlos y conocerlos se producen nuevos textos, además, se pueden analizar los recorridos narrativos en la campaña de publicidad social para poder entender la acción de ayudar.

En el caso de *Mercy Rosa*, se denotó la empatía de los jugadores, ello se logró por medio de lo audiovisual, además, se acompañó por algo que hizo que la campaña fuera exitosa y cobrara sentido para el jugador, se insertó la frase: “El mundo necesita héroes”, misma que se encuentra desde el origen del juego y que carece de sentido para los gamers.

En dicho spot, el director de Blizzard: Jeff Kaplan, dio un comunicado para convocar a “héroes” es decir, se les dio la oportunidad de no solo jugar a ser uno, sino también a serlo en la vida real. Y con ello la comunidad gamer se unió para llegar a la recaudación de \$12, 703,828, dólares.

Hay dos funciones muy importantes para que alguien se convierta en héroe, la primera es que tiene que haber un villano y la segunda es que el héroe debe decidir que quiere ser un héroe. El que puede ser considerado héroe debe tomar la decisión de serlo, así como hay personajes en Overwatch que deciden no tomar ese papel, por ello se le invita al jugador a que decida ser participe y generar un cambio desde sus propias posibilidades y trincheras.

Las campañas de publicidad enfocadas en los gamers suelen ser de índole comercial, pues se tiene un estereotipo de que ese nicho es apático con las causas sociales, debido a que tienden a encerrarse en su mundo y muchas veces, alejarse de la realidad. Sin embargo, puede que esto no sea del todo correcto, puede que incluso tengan un alto índice de sentido de justicia por las causas con las que están relacionados, aunque éstas sean ficticias en su mayoría.

Los mensajes se construyen en diferentes niveles, los cuales refieren a un interpretante y a un intérprete que tienen que ver con una idea del bien y el mal en relación con lo social. Es decir, son estrategias visuales y audiovisuales que construyen sus propios interpretantes, mismos que hacen posible la existencia de un referente y con ello la creación de un intérprete.

Cabe aclarar que el interpretante es construido a partir de referentes anteriores, por ejemplo en cómo es que se está posicionando el gamer en una determinada sociedad, es decir, se utilizan las unidades culturales, mismas que son contenidos y conceptos que ya están codificados pues llevan a cabo la utilización de textos para construir el mensaje.

Uno de los objetivos de los creadores de contenido del videojuego es apelar a signos visuales, pero para que el mecanismo pueda funcionar correctamente se deben romper las expectativas que ya existen para generar nuevas, y es precisamente eso lo que los directores tienden a observar.

Cuando se piensa en un signo, por ejemplo, en el semáforo, se sabe que hay un campo de expectativa que corresponde al color amarillo, el cual tiene la posibilidad de avisar que está a punto de cambiar a verde o a rojo, se refiere a una expectativa de nivel visual.

Además, existen las expectativas a nivel pragmático, en las que se espera que al ponerse el color rojo la gente se detenga y si cambia a verde, avancen; sin



embargo, a veces no se cumple y las personas cruzan aunque se encuentre el rojo incluso si esto significa poner en riesgo su seguridad. Por ello es necesario repensar el sistema y generar nuevos signos.

Las proyecciones paradigmáticas están construidas por campos de conocimiento que ya están codificados, la expectativa responde a una creencia, a un conocimiento ya aceptado, esos conocimientos que están determinados por estructuras determinan paradigmas del conocimiento, en donde la gente ya sabe algo sobre el mundo, por ejemplo, la noción de lo que implica ser un héroe: el reconocimiento.

Cuando se interpreta el mundo se utilizan dichos paradigmas, se proyectan, es una manera de seguir las reglas que ya se saben que debes cumplir, es jugar un rol que ya tienes (muchas veces desde la infancia) y que los agentes de cambio podrían utilizar para contribuir al apoyo en las causas sociales, aunque se debe recordar que esto es abierto y por tanto, cambiante.

En el primer capítulo se aborda el género del videojuego Overwatch, seguido de su historia, para que el lector pueda conocer de dónde es que surge y, por ende, las bases que solidifica para poder llegar a la campaña de Mercy Rosa. Por otro lado, también se describe cómo es la dinámica no solo de interacción sino también de mecánicas y roles.

Lo que el lector podrá leer en el capítulo número 2 es la historia dentro del videojuego, también llamado entre los jugadores: "Lore". Se narra el conflicto por el que atraviesan los personajes, así como la descripción e historias de aquellos que tienen relación directa con la heroína Mercy.

En el tercero se explica el término de publicidad social, así como algunas de sus funciones, además se desarrolla la estrategia utilizada para hacer "Mercy Rosa", las connotaciones y metodologías que lleva a cabo con el fin de darle un sentido a la

comunidad y que, con ello, fuera posible no sólo unírsele en cuanto a apoyo económico sino también, moral.

Si bien, en el capítulo 3 se hace un breve análisis de los elementos abordados para poder llevar a cabo las estrategias dentro de la publicidad social, en el cuarto es que se encontrarán los métodos, la observación, estudio e investigación realizada para que la campaña fuera todo un éxito.

## **Objetivos**

### **General:**

- Evidenciar las relaciones de acción entre las campañas de publicidad social y los gamers

### **Específicos:**

- Conocer las funciones que cumplen los actantes dentro de un videojuego
- Explicar la estructura narrativa en la campaña de publicidad social: *Mercy Rosa*.

## **Hipótesis**

Las campañas de publicidad social enfocadas en los gamers están compuestas por estructuras narrativas en donde el término “social” está relacionado con un héroe, a pesar de la temporalidad y los cambios en las supersecuencias y microsecuencias que se puedan encontrar inmersos en ellas.

## **Marco Teórico**

La semántica se ocupa de la relación de los signos con sus designata y por ello, con los objetos que pueden denotar, se hace una distinción entre sus aspectos puros y descriptivos: la semántica pura proporciona los términos y la teoría necesarios para

hablar de la dimensión semántica de la semiosis, mientras que la semántica descriptiva se interesa por aspectos reales de esa dimensión.

El análisis es la descripción de un objeto por las dependencias uniformes de otros objetos respecto de él y entre sí. El objeto que somete al análisis se llamará clase; dentro de estas clases habrá grupos de dependencias (interdependencia, constelación y determinación), las dependencias son partes del texto coordinadas que proceden al análisis particular de un todo, dependiendo de un modo uniforme de ese todo el principio de análisis será el reconocimiento de estas dependencias.

El análisis semiótico es aquel que estudia las relaciones e interdependencias entre los signos, es principalmente utilizado en el contexto social. Uno de los signos que tiende a ser más relevante para éste, es el lingüístico, ya que se conforma de un significado (idea mental) y un significante (imagen acústica), mismos que conforman la idea de algo.

Lo relevante es el proceso, no el sistema. De esta manera, los tipos de relaciones (interdependencia, determinación y constelación) se dan entre elementos del mismo proceso. Sin embargo, la totalidad no consta de cosas sino de relaciones, y de que no es la sustancia sino sus relaciones internas y externas quienes tienen existencia científica.

Ahora, la totalidad del objeto sometido a un examen puede solo definirse por la suma total de la misma. Y cada una de sus partes puede definirse por las dependencias que las unen a otras partes coordinadas al conjunto, y sus partes del grado máximo, y por las sumas de las dependencias que a su vez las une a otras partes del grado próximo que contraen entre sí.

Es una relación dicotómica en la cual se vincula la imagen mental con la imagen acústica. Entiéndase la imagen acústica como un “fenómeno psíquico seguido de un proceso fisiológico” es decir, la manera en que el pensamiento puede exteriorizarse. En cuanto a la imagen mental, es aquel proceso psíquico por el cual

se crean conceptos o ideas. Dicha relación pretende originar la representación de un objeto en específico.

Dentro de esta relación se limita la posibilidad de que pueda existir alguna variación en cuanto a elementos del signo, ya que se toma como totalidad a la dicotomía entre significado y significante únicamente. Cabe destacar que el signo debe ser arbitrario y convencional.

Objeto: Cualquier texto que sea de interés para el análisis. Sólo puede ser definido en virtud de las relaciones entre las partes que lo componen.

Partes Constitutivas: Cobran existencia sólo en virtud de las dependencias que las relacionan.

Relaciones-funtivos:

-Sintagmáticas: se establecen entre funtivos que aparecen en el mismo contexto (en un mismo tiempo y espacio). Relaciones de sucesión.

-Paradigmáticas: se establecen entre elementos que pertenecen a un mismo paradigma (en diferente tiempo y espacio). Conjuntos en los que se clasifica.

La transtextualidad, por su parte, es la trascendencia de un texto en otro u otros textos. Ésta explica que no importa qué texto se analice o se lleve a cabo, siempre tendrá influencia de otro texto ya que los conceptos se van retomando y a veces incluso fortaleciendo. Además de ser pragmática, por recurrir al sentido y los efectos de un texto en otro, también tiene un grado estructural ya que identifica la estructura de los textos en un sentido de código o bien, de sistemas.

### **Marco metodológico**

Para el estudio se realizará una investigación documental en donde se utilizará principalmente el análisis semiótico enfocado en Greimas, ya que se enfoca en las funciones actanciales que se mostrarán en la campaña elegidas para permitir observar los roles que se están cumpliendo.

Las narraciones son un reflejo de la época en la que se vive y es mediante esa estructura que se puede ver la evolución de los pueblos y sociedades, por lo mismo, el lenguaje está implementado por aquellas personas que vivieron en dicho tiempo y por ello es que el análisis estructural debe contemplarlo e incluso, basarse en ello; “El mundo solamente puede ser llamado “humano” en la medida en que significa algo” (Greimas:1971), es decir, la semiótica estudia los fenómenos sociales y culturales en determinado tiempo y espacio.

Un relato es constituido por actantes y por las relaciones que se ven inmersas en ese proceso; lo que estos personajes hagan o deshagan será el punto de partida del relato y por tanto, será lo que le dará sentido a la obra, si bien los personajes pueden cambiar, la narrativa seguirá el rumbo marcado, tal como explica: “los actores varían, pero el enunciado-espectáculo permanece siempre el mismo” (Greimas: 1971).

El autor concibió los roles a manera de opuestos: sujeto-objeto, destinador-destinatario y ayudante-oponente. Ya que un universo no está solo constituido por supersecuencias, sino que hay microsecuencias en él y que a su vez lo están conformando.

Greimas propone una estructura en la que el actante es una clase que agrupa una sola función de los diversos papeles de un mismo rol actancial: puede ser héroe, villano, ayudante, opositor. Este actante tiene un objeto de deseo, por ejemplo, el ser amado, y para lograr este objetivo recurre a un ayudante, pero también existen los oponentes que son quienes no quieren que el sujeto logre obtener el objeto de deseo. Lo que motiva a actuar al actante es el destinador, mientras que el destinatario es quién se beneficia de las acciones del actante.

Por medio de una investigación documental basada en un análisis semiótico acompañado de encuestas, se pretende encontrar a los principales roles en cuánto a la representación narrativa, para poder comprender desde qué punto se conforma el término “héroe”.

## Capítulo 1. Historia de Overwatch

### 1.1 Contexto del videojuego

Con el paso del tiempo, los videojuegos fueron agrupándose en categorías cuando sus dinámicas se parecían entre sí, sin embargo, en la actualidad esto ha ido evolucionado pues muchas veces el rol que se juega no se encasilla por completo, por ello se han combinado los géneros. Por ejemplo, el género MOBA refiere a un campo de batalla multijugador en línea, es decir, distintos jugadores se conectan en un escenario para luchar entre ellos, uno de los casos más conocidos es League of Legends.

Por otro lado, los *hero shooter* son aquellos que si bien siguen siendo juegos de disparos estos no se basan precisamente en la confrontación contra enemigos y nada más, sino que aquí se trata de un juego de roles en donde cada personaje tiene un porqué que causará efecto en la partida ya sea por sus habilidades, posicionamiento y/o estrategias. Es por ello que pueden ser considerados como una mezcla entre los MOBA y los shooter.

En el 2016, la compañía de Blizzard Entertainment lanzó Overwatch para las plataformas de Xbox One, Windows y Play Station 4. Es un videojuego denominado como “herosshooter” el cual consiste en formar equipos de 6 jugadores que se enfrentarán a otro equipo con habilidades similares a las suyas para llevar a cabo misiones en un mundo futurista.

El juego consta de 3 roles: Tanque, daño y apoyo, también conocidos (y más comúnmente usados) como “Tank, dps y healer”. Cada uno de ellos tiene un papel fundamental que cumplir para que el objetivo pueda llevarse a cabo, en ocasiones hay jugadores que no cumplen su rol y eso puede ser perjudicial al tratarse de un juego de equipos.

Hay 6 modos juego:

Campo de Pruebas. Es utilizado para entrenar a un héroe, hay posibilidad de hacerlo en solitario o con otras personas según sea la elección ya que dentro de él hay robots (aliados y enemigos) con los que se pueden practicar los trucos,

habilidades desconocidas o las que se quieren mejorar. Hay una parte en donde se puede elegir a cualquier héroe como enemigo, para así conocer en concreto como es que el nuevo personaje puede derrotarlos. Un dato curioso es que a los robots se les humanizó poniéndoles voz y saludando a quien los saluda.

Practicar vs IA. El modo anterior es utilizado para conocer las habilidades de un héroe nuevo, en este es en donde se logra poner en práctica lo aprendido, además de poder conocer los mapas para saber el posicionamiento adecuado, atajos y lugares erróneos. Consiste en entrar con 6 jugadores reales que se enfrentarán a héroes del juego, pero que no tienen a una persona detrás de ellos, es decir, son liderados por Overwatch. Ahí se puede elegir la dificultad basándose en si el jugador es principiante o bien, quiere sentir una partida como lo sería con jugadores de más nivel.

Partida Rápida. Aquí se prueba el 6 vs 6 con jugadores de habilidades similares, los mapas son al azar y antes de entrar se debe elegir entre tanque, daño y apoyo. También está la opción “polivalente” la cual hace que la partida ponga al jugador en cualquiera de los roles y este es compensado al darle un pase con el que podrá acelerar su tiempo de espera para próximas partidas. Este modo tiende a ser usado para practicar los héroes que quieren ser llevados a las partidas competitivas e ir subiendo los puntos del rango y con ellos de habilidad.

Arcade. En él se encuentran juegos que van cambiando conforme a las semanas, las reglas a las que están adaptadas las partidas rápidas o el juego competitivo no encajan en este modo. Algunos ejemplos son: Sin límites, en donde no hay roles antes de elegir la partida, es decir, pueden haber 3 tanques, 1 dps y 2 healers o las variaciones que el equipo quiera. Héroes misteriosos, el juego decidirá el personaje que el jugador desarrollará, al momento de morir este será cambiado por uno nuevo. Al jugar la modalidad de Arcade se obtendrán recompensas como pueden ser stickers y skins (vestuario de algún personaje).

Partida Competitiva. Es similar a la partida rápida, con diferencia de que aquí se obtienen puntos para tener un rango basándose en las habilidades del jugador. Los rangos son:

- Bronce: 1 a 1,499
- Plata: 1,500 a 1,999
- Oro: 2,000 a 2,499
- Platino: 2,500 a 2,999
- Diamante: 3,000 a 3,499
- Maestro: 3,500 a 3,999
- Gran maestro: 4,000 en adelante
- TOP 500: Los mejores 500 jugadores

Los jugadores deben de jugar 5 partidas para que se les dé su posicionamiento conforme a las partidas que obtuvieron, una vez hecho estas subirán su rango conforme a la cantidad de juegos que ganen, por el contrario, su rango disminuirá por cada partida perdida. Este modo se da cada dos meses.

Partida personalizada. Da la posibilidad de que las personas hagan sus propias partidas con parámetros que no están de todo al alcance, uno muy común es el 1k damage, consiste en que los personajes solo tendrán ultimates, hay lugar para 20 jugadores y quien mate más será el ganador. Aquí los gamers no solo serán consumidores de contenido sino que, pasan a ser prosumidores al crear sus propios parámetros y permitir que otros los prueben y disfruten.

Conforme se juegan los respectivos modos de juegos se van desbloqueando cajas de botín que pueden contener sprays, jugadas de la partida (una animación que se verá si fue la jugada más destacada de todas), skins, íconos o animaciones dependiendo de la personalidad de cada héroe.

Se otorgan niveles de recomendación, todos inician con el nivel 1 y va incrementando dependiendo de las calificaciones que den los jugadores o de los reportes por mal comportamiento dentro de la partida. El nivel máximo es el 5 y hay 3 categorías por las que alguien puede votar: Buen estrategia (por haber liderado), Buen compañero (haberse adaptado y ser cooperativo), Buen deportista (haber tenido una buena actitud frente a una problemática).

## 1.2 Roles de los personajes

Cada uno de los personajes tiene habilidades diferentes y a su vez cumplen con su "ultimate", refiere a la habilidad más poderosa. Conforme son utilizadas es que se



puede llegar a la victoria, al empate, o bien, a la derrota. Además son clasificados por nivel de dificultad siendo el 1 los más básicos y 3 los más complejos.

Los tanques son los líderes, es decir, es su deber marcar la dirección, las estrategias y muchas veces, las decisiones a tomar conforme a la partida. También, proteger al resto de los jugadores, razón por la que son los que tienen más vida en todo el juego. Su rol se divide en dos: Main Tank y Off Tank. Los primeros, son básicamente aquellos que tienen escudo (una barrera para proteger del daño), los personajes son:

<b>Main Tank</b>	<b>Dificultad</b>	<b>Off Tank</b>	<b>Dificultad</b>
Reinhart	1	Roadhog	1
Orisa	2	D.VA	2
Winston	2	Wrecking Ball	3
Sigma	3	Zarya	3

Los héroes de daño son aquellos que deben eliminar al enemigo, ser ágiles y utilizar sus habilidades lo mejor posible. Anteriormente se clasificaban como defensa y ataque, pero eso cambió ya que adaptaron a los personajes para ser útiles en ambas ocasiones y que más bien pasara a depender de la conformación del equipo, de los mapas que se jugaran. Este rol es el más cotizado dentro del videojuego y por tanto es en donde hay más personajes teniendo así 17 de ellos, a diferencia de los 8 tanques y 7 apoyos.

Estos héroes son:

<b>Héroe</b>	<b>Dificultad</b>
Bastion	1
Pharah	1
Reaper	1
Soldado: 76	1
Ashe	2
Echo	2
Junkrat	2
Cassidy	2
Symmetra	2
Torbjörn	2
Tracer	2
Widowmaker	2

Sombra	3
Mei	3
Hanzo	3
Gengi	3
Doomfist	3

Los personajes de apoyo tienen la labor de mantener vivo a su equipo, ya sea sanándolos, envenenando a los enemigos o incluso aturdiéndolos, quitándoles con ello alguna habilidad y en algunos casos, su ultimate. Estos héroes también son divididos en Main healers que son los que pueden curar más y los Off healer que si bien su sanación es menor, apoyan al equipo incrementando el daño, haciéndolos más rápidos o ayudando con las muertes, según sea el caso.

Este es el rol fundamental para este trabajo de investigación ya que fue en donde se centró la campaña de Mercy Rosa para ayudar en la lucha contra el cáncer. El posicionamiento de los healers depende mucho de la conformación del equipo, si bien, los tanques van por delante y después van los dps, los healers deben de ver la situación para elegir si colocarse hasta atrás, al lado de los dps e incluso atrás de los tanques. Los héroes de apoyo son:

<b>Main Healer</b>	<b>Dificultad</b>	<b>Off Healer</b>	<b>Dificultad</b>
Moira	2	Brigitte	1
Baptiste	3	Mercy	1
Ana	3	Lúcio	2
		Zenyatta	3

### 1.3 Mapas

Al ser un juego de estrategia no solo es importante ver la conformación más viable o elegir al héroe que hace más daño, también debe de ser tomada en cuenta la ubicación en donde se llevará a cabo la pelea, es decir, los mapas, ya que el posicionamiento será un factor decisivo al momento de combatir. Estos también se dividen en distintas categorías:

Control. Se pueden jugar en él hasta 3 rondas, el primero en ganar 2 será el vencedor. Consiste en tomar un punto (un espacio indicado en el mapa) y

mantenerlo hasta que el marcador denote que se ha capturado el 100% de él y son: Busan, Ilios, Torre Lijiang, Nepal y Oasis.

Asalto. Es un solo juego en donde se deben capturar 2 puntos del mismo mapa. La diferencia con el mapa de control es que en él ambos equipos se enfrentan para capturar un punto. En Asalto hay un equipo de ataque y uno de defensa, estos últimos deben impedir que los enemigos entren y capturen ambos puntos, si toman el primero pero no el segundo los de defensa ganan. Mapas: Hanamura, Colonia Lunar Horizonte, París, Templo de Anubis, Industrias Volskaya.

Escolta. Consiste en transportar la denominada “carga”, tiende a ser alguna especie de vehículo, los jugadores deben mantenerse cerca de ella para que pueda avanzar y llegue al destino predeterminado. El reto está en que hay un equipo de ataque (los que deben llevarla) y los de defensa (deben impedir que llegue), quien cumpla su misión será el ganador. Estos mapas son: Dorado, La Habana, Junkertown, Rialto, Ruta 66, Observatorio-Gibraltar.

Híbrido. Es la combinación de asalto con escolta, ya que hay dos metas, en primera instancia es capturar el punto, en segunda, llevar la carga a su destino, al igual que los dos modos anteriores habrán jugadores que deben empujarla y otros que deben detenerla. Mapas: Blizzard World, Eichenwalde, Hollywood, King’s Row, Numbani.

Hay mapas que no se encuentran en partida rápida y/o competitiva ya que se diseñaron específicamente para modalidades de Arcade, tal es el caso de Ayutthaya para el juego de capturar la bandera. Selva negra, Castillo, Ecopunto y necrópolis para el juego de eliminación y combate a muerte por equipos. O bien, los mapas de Château Guillard, Kanezaka, y Petra para combate a muerte (en individual) y combate a muerte por equipos.

A los creadores de Overwatch les gusta dar cierta exclusividad a los jugadores, es por ello que se crearon eventos en distintas épocas del año para que se prueben nuevas modalidades de juegos temporales en donde no solo se ve una mecánica peculiar, sino que también se lanzan íconos, sprays, jugadas de la partida, diálogos y sobretodo skins que serán momentáneas, pero tienen un mejor diseño que las

habituales. Estos pueden conseguirse por medio de las cajas de botín o también comprándolas con dinero del juego antes de que dicha modalidad se dé por finalizada.

Además de las skins que se consiguen en cajas o comprándolas también se pueden obtener otras 3 con recompensas semanales, esto es ganar 9 partidas en una semana (de arcade, partida rápida o competitiva) para obtener una de ellas y hacer esto durante las tres semanas del evento.

## 1.4 Eventos

### *Juegos de Verano*

Se da entre julio y agosto. Está centrado en vestimentas para la playa o acampar, se puede encontrar a una Symmetra sirena, un Sigma con traje de baño e incluso un Soldado: 76 asado una carne asada. Los colores predominantes son el verde y amarillo. Los campos en los que se jugará son: Estadio de Busan, Arena Sydney Harbour y Estádio das Ras.

El juego que se introduce es “Lúciobol” y su variante “Lúciobol Remix” el primero consiste en equipos de 4 vs 4 que intentarán meter goles con las habilidades del héroe Lúcio, entre ellas se encuentra la velocidad y empujar el balón, a diferencia del juego habitual en este la ultimate será que el balón seguirá al jugador que haya llenado su habilidad definitiva. En el Remix solo aumentará el número de balones, dificultándole con ello la tarea al portero.

### *Terror de Halloween*

Uno de los eventos más esperados por parte de los fans de Overwatch ya que los creadores se basa en leyendas urbanas para hacer los vestuarios. Tal es el caso de las Banshees que inspiraron la skin de Moira, Doomfist con su disfraz del monstruo del pantano o el vestuario de Reaper llamado “calabaza” que está basado en El hombre sin cabeza.

La modalidad predominante es “La venganza de Junkenstein” tomando como base la historia de Frankenstein. Se ve a Junkrat personificando al científico y Roadhog a la criatura. Además, hay dos personajes más apoyándolos, por un lado se encuentra Mercy la cual los sanará, además, cabe recalcar que una frase distintiva de ella es “Los héroes nunca mueren” sin embargo, en esta versión lo que dice es “Mis siervos nunca mueren”. El segundo héroe es Reaper quien los ayudará con el daño.

Los gamers deben entrar en equipos de 3 personas para combatir al ejército del malvado doctor Junkenstein, pasando por los héroes descritos anteriormente pero también por monstruos que complicarán la tarea. Este modo se encuentra por dificultades para que así los jugadores decidan si elegir la más sencilla o la más complicada.

Este modo tiene algunas variantes para que los jugadores tengan más diversidad, por ejemplo, que los enemigos sean más rápidos, que los persigan o que cambien aleatoriamente. Hay 6 de ellos además del modo habitual que en sí ya contiene niveles de dificultad.

### *Paraíso Invernal*

Algunas de las skins más características son la de Yeti que fue otorgada a Winston, el hada de azúcar de Mercy, la cual está hecha conforme a la historia de El Cascanueces, el Rey Rata para Reaper y Regalo, la cual aprovecha la forma de Bastion (robot) para que en su modo torreta parezca un obsequio envuelto.

Aquí hay más modos que en los dos anteriores, estos son:

Eliminación por congelamiento. Se enfrentarán equipos de 4 vs 4 pero esta vez el fin no es matarlos, sino congelarlos, una vez que un equipo quede por completo congelado será su derrota. La astucia y estrategia serán vitales para la sobrevivencia de ambas partes.

Mei: Operación bola de nieve. Esta modalidad también es por equipos, pero agregando a 2 miembros más, es decir, 6 vs 6. Hay una particularidad y es que no se puede elegir a cualquier héroe, sino que absolutamente todos serán Mei y tendrán su arma de congelamiento, a diferencia del anterior el fin no es congelar sino disparar una bola de nieve que enseguida eliminará al objetivo, aquél equipo que derribe primero al otro será el ganador.

Combate a muerte bola de nieve. Es un modo híbrido entre Eliminación por congelamiento y Mei: Operación bola de nieve, aquí el juego es individual y si bien hay posibilidad de congelar a los enemigos, también se pueden tener hasta tres bolas de nieve, el fin es derribar a la mayor cantidad posible y quedar entre los 3 primeros lugares.

Cazadora de Yetis. Juego individual en donde entrarán 5 Mei al juego y 1 Winston o también llamado (en este modo) Yeti. Si las Mei logran quitarle toda la vida al ya mencionado, ellas serán las ganadoras, pero si el Yeti logra derribarlas primero, él será el vencedor.

### *Año Nuevo Lunar*

Está basado en las festividades chinas, hasta ahora (2021) ha habido Años Nuevos Lunares de: rata, cerdo, perro y buey. Los nombres de los trajes, los diálogos, sprays e íconos están basados en la cultura china.

En este evento no hay un juego en particular, más bien son lanzadas algunas variaciones en los ya conocidos de Arcade, por ejemplo “Captura la bandera Blitz” que es capturar la bandera, pero a una distancia más corta, lo que provoca más peligro pues hay menores posibilidades de esconderse.

### *Archivos*

Son misiones que salen en abril. Hasta ahora hay 3 de ellas en donde los héroes de Overwatch tendrán que combatir diferentes problemáticas para poder salvar

alguna ciudad en específico, capturar a algún maleante o recuperar un poco del territorio que está siendo invadido por los maleantes. Éstas son:

- Insurrección

Un equipo conformado por 4 jugadores deberá decidir sobre quien será Reinhardt, Torbjörn, Tracer y Mercy. Este arco está basado 7 años antes de la actualidad del juego, cuando Null Sector, (un grupo de los ómnicos) quería destruir la ciudad de King's Row. El juego cuenta con las modalidades de: Fácil, Normal y Experto. Además, hay algunas misiones de desafío: Barreas blindadas, núcleos de magma y cañón de cristal.

- Venganza

Esta vez la misión es para los héroes de Blackwatch, una organización secreta de Overwatch que ata los cabos sueltos y usan vías que la corporación conocida no puede hacer, así que ellos trabajan bajo las sombras: Moira, McCree, Gengi y Reaper. Su misión será capturar a unos de los líderes más importantes de una asociación terrorista. Las variaciones del juego son: Beneficio solidario, ataque preciso y corta distancia. Se centra 8 años atrás

- Tormenta inminente

Los personajes clave son: Winston, Mercy, Gengi y Tracer. Los héroes de Overwatch se encuentran en un desafío pues deben perseguir por las zonas del mapa de La Habana a un ómnico millonario llamado Maximilien que ha hecho tratos con Talon, la asociación terrorista antes mencionada. Otros desafíos son: Tormenta eléctrica, Luna de sangre creciente y Tormenta de ira. El fin es saber la información que tiene este empresario y detener a su grupo enemigo.

## *Aniversario*

Evento que se realiza en el mes de mayo y también uno de los más esperados ya que la forma en la que Overwatch celebra es dando la posibilidad de que los jugadores desbloqueen todos los cosméticos que tienen de eventos con dinero del juego. Además, se van desbloqueando los modos de evento por semana, dejando con ello que los gamers disfruten de sus juegos favoritos durante esas semanas.

Así que este, si bien no hay fechas predeterminadas para los eventos ya mencionados, los jugadores tienen una noción de la temporalidad en los que están situados y lo que contendrá cada uno de ellos, así que preparan las monedas que pueden ganar en las cajas (se consiguen jugando competitivo, partida rápida o arcade) para poder conseguir los objetos, skins, frases y stickers de la temporada o incluso de algunas pasadas, en el caso del evento de Aniversario, conseguir de cualquier evento en cualquier temporalidad.



## Capítulo 2. Concepción de Héroe

### 2.1 Signos con los que se relaciona el concepto de héroe

En la actualidad, (junio del 2022) se encuentran un total de 32 personajes que están divididos en héroes y villanos, a continuación, se hará una recopilación de cada uno de ellos, así como de sus funciones dentro del juego y del lore (la historia en la que está basada Overwatch).

El universo está construido a partir de un conflicto iniciado por la anarquía, lo que hizo que un grupo de personas excepcionales se unieran para crear una fuerza internacional con el fin de resguardar y proteger a las personas y, además, que fuera capaz de terminar con la guerra: Overwatch (vigilantes). Gracias a ellos, el mundo se encontró a salvo durante una generación.

Hablando de un mundo futurista no solo se encuentran humanos, sino también máquinas como robots y ómnicos que en este caso fueron creados por una empresa llamada Corporación Ómnica, el escenario dio un giro debido a que esas creaciones fueron infectados y militarizados con el propósito de atacar personas.

Debido a la guerra comenzaron a haber conflictos en más partes del mundo y eso los sobrepasó, la opinión pública comenzó a hablar acerca de que ellos no podían protegerlos, iniciaron las protestas debido a esa inconformidad para que finalmente se separaran.

En el tráiler cinematográfico con el que se dio a conocer el videojuego se mostró una pelea en un museo entre los héroes Tracer y Winston vs los antihéroes Reaper y Widowmaker, la disputa era obtener el guante de Doomfist.

Dos pequeños hermanos se encontraban en la escena y el mayor de ellos decidió ayudar a los héroes, tomando con ello el guante para que los villanos no lo robaran y en el momento en que vio que su hermano menor se vio amenazado, le dio uso al guante y logró la victoria. Ejemplificando que cualquier persona que se lo proponga puede tener acciones heroicas, esto se ve reflejado cuando Tracer le dice “¿Sabes?, el mundo necesita más héroes”.

Dados los objetivos para este trabajo de investigación, decidí basarme principalmente en Greimas ya que fijé atención a las estructuras semionarrativas sintácticas y semánticas, es decir: en sus procesos de embrague y desembrague, ya sean internos o externos al discurso, así como en las funciones actanciales aplicadas a la práctica de los jugadores respecto al videojuego y más específicamente a la campaña de Mercy Rosa.

Siguiendo a Greimas, el proceso de desembrague se da cuando la instancia de la enunciación "yo-aquí-ahora" produce en un enunciado una representación de actantes en otro lugar y en otro tiempo. Para distinguir un proceso de desembrague actancial se debe tomar en cuenta que se proyecta en el enunciado un no-yo, el desembrague temporal que postula un no-ahora distinto del tiempo de la enunciación y el desembrague espacial que opone un no-aquí al lugar de la enunciación.

El embrague es el regreso a la enunciación. Se descompone también en embrague actancial, temporal y espacial y toma la forma de una denegación de los no-yo, no-aquí, no-ahora introducidos por el desembrague. Existen tres componentes de la discursivización que nos ayudan a distinguir si se trata de embrague o desembrague:

- La actorización que instituye a los actores del discurso.
- La temporalización que encadena lógicamente a los programas narrativos, organiza las sucesiones temporales y, en definitiva, produce la "historia".
- La espacialización que localiza los discursos en el espacio a través de una disposición lineal de los espacios.

En cuanto a modelos actanciales, Greimas propone una estructura en la que el actante es una clase que agrupa una sola función de los diversos papeles de un mismo rol actancial: puede ser héroe, villano, ayudante, opositor, este actante tiene un objeto de deseo, por ejemplo, el ser amado, y para lograr este recurre a un ayudante, pero también existen los oponentes que son quienes no quieren que el sujeto logre obtener el objeto de deseo. Lo que motiva a actuar al actante es el

destinador, mientras que el destinatario es quién se beneficia de las acciones del actante.

## 2.2 Historia y función de los héroes

A continuación, se presentará el rol que tienen los personajes dentro del universo, así como sus relaciones con Mercy, primero se comenzará con los héroes para posteriormente explicar los villanos:

*Heroína: Tracer*

Nombre: Lena Oxton

Nacionalidad: Inglesa

Edad: 26

Habilidades: Pistolas de pulso, traslación, regresión

Ultimate: Bomba de pulso. Gran explosivo que se puede adherir a algún enemigo.

Espécimen: Humana

Profesión: Aventurera

Frases características: ¡Hola, cariño, ya llegó la caballería! y El mundo necesita más héroes

Relación con Mercy: Amiga

Historia

Tracer fue una de las agentes más jóvenes que aplicaron para el proyecto de vuelo experimental de Overwatch. Fue elegida debido a sus habilidades como piloto, sin embargo, en la prueba de la teletransportación ella desapareció.

Se le dio por muerta hasta que un día volvió, el detalle fue que no lo hizo sincronizada con el tiempo-espacio, por lo que desaparecía por días, semanas o meses. En ocasiones estando en un punto específico no podía mantener su forma física, incluso se le hacía referencia a que su plano simulaba un fantasma.

Los doctores e investigadores de la corporación no sabían que hacer, sin embargo, Winston le diseñó un aparato para poder mantenerla presente, lo llamó “acelerador temporal” y no solo le dio la capacidad ya mencionada, sino que en ese punto, Lena podía controlar su propio tiempo, ya fuera acelerándolo o desacelerándolo.

Una vez que cayó el grupo e incluso se volvieron ilegales, ella, siendo una de las más carismáticas y con su fuerte sentido de hacer lo correcto, siguió protegiendo a los ciudadanos, pero desde su individualidad.

Un ejemplo de lo descrito se ve en el corto animado “Alive” en donde la heroína se encuentra entre una multitud para ver a un ómnico que está por dar la paz, pues desea la armonía entre máquinas y humanos. Nota que el equipo de protección está inquieto, así que va a ver que sucede en el techo.

Al llegar encuentra a los soldados abatidos y además a Widowmaker, quien es parte del grupo de villanos Talon. Se da cuenta que su fin, es tratar de aniquilar al ómnico que está por dar la paz, así que intenta detenerla. Por la radio le advierte a uno de los guardias que se encuentra abajo, pero este se asusta más porque es un canal privado y le pide identificación, hasta que escucha disparos y procede a retirar al individuo.

Empieza una persecución tras ella mientras que la posible víctima se encuentra con su equipo de protección yendo hacia su automóvil. Widow suelta su mina venenosa y Tracer cae en la trampa, por lo que se le nubla la visión. Es entonces cuando utiliza su regresión para poder estar unos segundos antes de sufrir el envenenamiento.

La heroína le lanza su bomba de pulso, pero la villana se la regresa haciéndola volar, una vez en el aire se ve como le apuntan con una ametralladora y ella utiliza su regresión para evitar la bala, cree que ganó esa batalla, hasta que nota que no le estaba apuntando a ella sino al activista de paz. Una nave se acerca para recoger a la asesina y deja a la protagonista tirada en el suelo.

*Héroe: Winston*

Nombre: Winston

Nacionalidad: Nacido en la luna

Edad: 29 años

Habilidades: Cuenta con un cañón que desprende rayos, al saltar puede hacer daño, tiene un generador de escudo.

Ultimate: Rabia primigenia. Su color cambia de azul a rojo, camina en dos patas y va empujando y destrozando todo lo que él quiera.

Espécimen: Gorila

Profesión: Científico

Frase característica: La imaginación es la clave del descubrimiento

Relación con Mercy: Amigo

Historia

Un grupo de científicos quisieron probar la vida en la luna así que se llevaron a animales como sujetos de pruebas. El primate fue criado por el científico Harold Winston, mismo quien le obsequió sus lentes convirtiéndolos así en una de sus más grandes posesiones. El Doctor no tardó en darse cuenta de las grandes cualidades del gorila volviéndolo su aprendiz para traspasarle su visión del mundo y las mejoras que podrían hacer en él.

Sin embargo, su felicidad no perduraría debido a que el resto de los gorilas decidieron revelarse contra los investigadores, dejándolos muertos a todos. Por ello, el primate tomó una de las naves y huyó camino hacia la Tierra para al fin conocer el planeta y fue entonces que se convirtió en uno de los líderes de Overwatch.

Una vez que se desintegró el grupo de héroes, la organización de Talon dio con el escondite de Winston, enviaron a un grupo de soldados liderados por Reaper para atacarlo y poder hackear su sistema, mismo en el que tenía los datos de todos los ex agentes de Overwatch. La inteligencia artificial llamada Athena le advirtió de esto pues lograron desactivar su seguridad.

El protagonista de la historia ganó la batalla, pero este hecho aunando a todos los acontecimientos del mundo (la guerra) hicieron que sintiera la necesidad de llamar a sus antiguos compañeros, aún sabiendo que eso era ilegal pues quería ver el mundo no como era, sino como podría ser. Les dio un comunicado, mostrándoles diferentes partes del mundo en llamas y aunque era consciente de que la humanidad les había dado la espalda, también creía firmemente que alguien debía hacer algo.

*Héroe: Soldado 76*

Nombre: Jack Morrison

Nacionalidad: Estadounidense

Edad: Desconocida

Habilidades: Rifle de pulso pesado, sprint (corre más rápido), campo biótico (se sana), cohetes hélix (tres cohetes lanzados a la vez)

Ultimate: Visor táctico. Le permite seleccionar al enemigo que esté a su alcance para que sus balas vayan directo a esa persona.

Espécimen: Humano

Profesión: Justiciero

Frase característica: Ahora todos somos soldados

Relación con Mercy: Amigo

Historia

Era el líder del escuadrón cuando la corporación de Overwatch cayó, la gente quería su cabeza, así que comenzó una búsqueda teniendo como fin revelar la verdadera caída de su grupo ya que, al haber explotado la base a raíz de una conspiración quedaba claro que las amenazas no solo venían del mundo exterior sino dentro de la asociación también. La mayor traición que tuvo fue dada por su mejor amigo, Gabriel Reyes, quien más tarde sería conocido como Reaper. Mucha gente lo dio por muerto, pero en realidad se volvió un justiciero que comenzó a trabajar bajo las

sombras atacando a los malvados que les hacen daño a los civiles y también a aquellos que hicieron que Overwatch cayera teniendo como anhelo llevarlos a todos ante la justicia.

*Héroe: Reinhardt*

Nombre: Reinhardt Willhelm

Nacionalidad: Alemana

Edad: 61 años

Habilidades: Martillo propulsado, carga, ataque ígeno (lanza una llama desde su martillo en la dirección que desee), campo de escudo.

Ultimate: Quebrantasuelos. Tumba a todos los objetivos que estén cerca de él, dejándolos inmóviles unos segundos.

Espécimen: Humano

Profesión: Aventurero

Frase característica: Se hará justicia

Relación con Mercy: Amigo

Historia

Treinta años atrás Reinhardt era un soldado alemán perteneciente a Los cruzados, cuando uno de sus amigos fue reclutado por una organización secreta, él se burló, pues le importaba la gloria y eso no se daría en algo que no podía darse a conocer para el mundo.

Él quería que la gente lo recordara por sus hazañas, incluso que compusieran canciones sobre él, hecho con el que su compañero no estaba de acuerdo, pues para él el verdadero legado estaba en lo que hacían y no en lo que se alababa. Cuando los robots se estaban acercando, fueron avisados por un soldado, así que se prepararon para luchar, no sin antes decir una de las frases más características de Rein: Vive con honor, muere con gloria.

En la batalla del corto "Honor y Gloria" se observan a varios Bastion y también al robot OR14, el protagonista de la historia quiere acabar con todos y deja de darle función a su escudo para salir a pelear, su compañero va por él para indicarle que debe regresar y proteger a su escuadrón. Pero él al sentir que más bien lo retrasan, continúa en la pelea por su cuenta.

Las máquinas lo acorralan, a lo que se da un aviso de retirada mientras que su amigo va por él para llevárselo de ahí, en la lucha por defenderlo es acuchillado, pero logran salir de la escena. Lograron entrar a un lugar seguro, sabiendo que esa fuerza no resistiría, nuevamente se le da una orden a Rein: Regresar con su unidad mientras que su colega intenta detenerlos.

Willhelm menciona que se pueden abrir paso juntos, pero su camarada sabe que pronto morirá, así que quiere hacerlo con gloria, le recuerda que hizo un juramento respecto a seguir órdenes y debe honrarlo. Se dan la mano, en ese momento su amigo le da la insignia para la organización para la que fue reclutado: Overwatch, es entonces que hacen lo que cada uno debe hacer, por una parte, detener al enemigo (muriendo en el proceso) y el otro proteger a su escuadrón.

Reinhardt se unió a la corporación de la que tenía el emblema y una vez pasados sus 50 años fue forzado a dejarla, viendo desde lejos como es que esta se extinguía, hasta que un día, recibió el llamado de Winston y si algo tenía en claro era que nunca le diría que no a hacer justicia.

*Héroe: Cassidy*

Nombre: Cole Cassidy

Nacionalidad: Estadounidense

Edad: 37 años

Habilidades: Pacificador (su modo de disparo), voltereta de combate, granada aturdidora.

Ultimate: Tiro certero. Apunta a la cabeza a los objetivos que tiene a su alcance.



Espécimen: Humano

Profesión: Cazarrecompensas

Frase característica: La justicia no se servirá sola

Relación con Mercy: Amigo

Historia

El caso de Cassidy es uno de los más cambiantes ya que se ve a uno de los grandes representantes de Overwatch con un pasado oscuro. Él era uno de los maleantes pertenecientes a la banda Deadlock, misma que se dedicaba a robar y traficar armas, además de equipo militar por Estados Unidos.

Los agentes de Overwatch dieron con su paradero y lo arrestaron junto con otros de sus secuaces, sin embargo, vieron la gran habilidad que tenía y le dieron a elegir si ir a la cárcel o servir a su subrama hecha por agentes encubiertos para hacer lo que la corporación no podía anunciar frente a los demás: Blackwatch. Decidió unirse a ellos.

Al entrar a la asociación quiso enmendar su pasado, buscando con ello la justicia y dando lo mejor de sí. Cuando las cosas comenzaron a ponerse turbias y la gente exigía el fin del grupo de héroes, notó que algunos de sus compañeros estaban involucrados en darle fin al proyecto, entre ellos: Moira y Reaper, así que decidió alejarse. Una vez por su cuenta se volvió un pistolero a sueldo pero a diferencia de su anterioridad esta vez solo por causas que consideraba justas.

*Héroe: Echo*

Nombre: Echo

Nacionalidad: Suiza

Edad: Confidencial

Habilidades: Triple disparo, bombas pegajosas, vuelo, rayo de concentración.

Ultimate: Copia. Selecciona a un enemigo y toma su forma, así como sus habilidades y ultimate.

Espécimen: Robot

Profesión: Robot adaptativo multifuncional

Frase característica: Es bueno estar de vuelta

Relación con Mercy: Amiga

Historia

Uno de los miembros fundadores de Overwatch, la Doctora Mina Liao era conocida por su gran conocimiento hacia la tecnología artificial y la robótica. La empresa en la que trabajó antes de la ya mencionada, fue Omnica Corporation misma en donde ayudó a diseñar a los ómnicos que más tarde querrían a la humanidad destruida. Cuando sus inventos se rebelaron ante su propósito, fue reclutada para intentar detenerlos.

La investigadora no quería que el mundo viera a la inteligencia artificial como un error, así que se puso a trabajar en el proyecto de Echo, un robot con limitaciones y múltiples sentidos de seguridad para que no fuera posible que actuara por cuenta propia. La pusieron en algunos equipos para combatir misiones y todo resultó como se planeaba.

Cassidy fue asignado para vigilar a la doctora y que no creara algo peligroso y en esa observación fue uno de los pocos que vio que Echo en realidad aprendía, tan es así que adoptó parte de la personalidad de su creadora, así como su forma de hablar.

Una vez que la amante de la tecnología fue asesinada dentro de las instalaciones donde trabajaba, los agentes consideraron el proyecto como un riesgo pues ya no estaba la persona que podría hacer algo en caso de que hubiera fallas y decidieron ponerla en cuarentena. Echo fue desactivada y con ello el legado de la doctora. Cuando Winston mandó la señal para reagrupar a los héroes, Cassidy la reactivó diciéndole que lo habían llamado a él, pero en realidad, la necesitaban a ella.

*Héroe: Gengi*

Nombre: Gengi Shimada

Nacionalidad: Japonesa

Edad: 35 años

Habilidades: Shuriken, desviar, golpe ágil.

Ultimate: Hoja dragón. Lanza un ataque veloz desde su espada.

Espécimen: Humano antes de la lucha con su hermano, ciborg después de ella.

Profesión: Aventurero

Frase característica: Incluso si sacrifico mi cuerpo, nunca sacrificaré mi honor

Relación con Mercy: Amigo

Historia

Gengi pertenece al clan de los ninjas Shimada, un grupo que se distinguía por sus negocios ilegales, pero también por su incontable riqueza y el futuro héroe era el menos de la familia. Por tanto, era el más mimado de toda la familia y su vida iba dirigida a gastar el dinero que se le proporcionaba además de tener relaciones románticas con muchas mujeres.

Los del clan se sentían ofendidos por tales comportamientos así que hablaron con su padre, pero este aclamó que él podía hacer lo que quisiera cuando lo quisiera. Al morir su progenitor, su hermano mayor, Hanzo, le pidió que recapacitara y llevara un rumbo distinto pues las cosas habían cambiado.

El Shimada menor decidió ignorar la advertencia de su hermano y eso creó una lucha entre ambos, a pesar de que el más pequeño tenía habilidades ninja, su hermano le ganó la batalla, dejándolo al borde de la muerte.

Fue acogido por Overwatch y ahí la Doctora Angela Ziegler (también conocida como Mercy) ayudó a curar las partes de su cuerpo, aunque habían algunas de ellas que no le servirían más. El grupo de héroes se ofreció a ayudarlo a restaurar el daño

corporal basándose en su avanzada tecnología, siempre y cuando él les ayudara a hacer que su clan cayera.

Una vez que fue restaurado aumentaron sus habilidades como su agilidad y velocidad, era un arma lista para atacar y él tenía el propósito de hacer que los negocios criminales de su familia llegaran a su fin.

Cuando terminó con su misión, Gengi tenía una lucha interna pues no se sentía hombre, ni robot, dejó Overwatch para varar por el mundo hasta que encontró al monje ómnico Zenyatta quien lo ayudó a comprender el gran valor que tenía y lo liberó de sus tormentos, volviéndolo con ello alguien que busca justicia, pero sobre todo paz.

*Heroína: Mei*

Nombre: Mei-Ling Zhou

Nacionalidad: China

Edad: 31 años

Habilidades: Bláster endotérmico, criocongelación (se auto sana), muro de hielo (barrera de protección).

Ultimate: Ventisca. Lanza un poder en área que deja congelado a todo el que esté dentro de él.

Espécimen: Humana

Profesión: Climatóloga

Frase característica: Vale la pena luchar por nuestro mundo

Relación con Mercy: Amiga

Historia

El cambio climático iba cada vez más en aumento, se especulaba que era debido a la creación de robots, máquinas y la tecnología en general, así que Overwatch inició

una misión junto con un grupo de climatólogos. Crearon bases en pequeños lugares alrededor del mundo para poder tener suficientes datos.

Mei, era parte de dicho equipo, fue enviada a la Antártica para hacer pruebas y proteger el medioambiente. La base fue golpeada por una gran tormenta, misma que los dejó enterrados. Los climatólogos intentaron sobrevivir, pero pronto se terminaron sus suministros, así que decidieron entrar en criostasis para mantenerse intactos en lo que los agentes daban con ellos y rescataban el lugar donde habían sido asignados. Dejaron los datos encendidos para que al despertar tuvieran información para revisarla.

Ling Zhou despertó, al tiempo llamó a su compañero robot: snowball para que la ayudara en la reactivación del lugar. Al ver los datos recabados se dio cuenta de que eran mucho peores de lo que habían pensado, quería llevarlos con urgencia a la oficina central para hacer algo por el planeta. Empezó a entrar más información y fue entonces que le preguntó a su asistente el tiempo que llevaban dormidos a lo que éste respondió: 9 años.

Procedió a ver lo que había sucedido con Overwatch y se dio cuenta de que ya estaba colapsado, nadie tenía idea de que ellos seguían ahí. Corrió a despertar a sus colegas para avisarles de lo que estaba pasando, pero descubrió que ninguno de ellos tenía signos vitales.

Guardó todo lo que se había recabado en una memoria y se empeñó en salir de ahí para poder mostrarle al mundo y salvar vidas con ello. Construyó un arma capaz de hacer que saliera hielo de ella, en ese momento tuvo un nuevo problema: se estaba quedando sin electricidad ni baterías. Snowball se puso en la máquina para que tomara la energía que quedaba en él, hasta que se descargó.

Llegó a una antena para buscar señal y pedir ayuda a sus antiguos compañeros, justo en ese momento llegó una transmisión de Winston. Les pidió volver para hacer algo por el planeta y la guerra. El mensaje animó a Mei a no rendirse, con su invento recargó al robot y procedieron a aventurarse por el mundo buscando mejorarlo con sus conocimientos climáticos.

*Héroe: Torbjörn*

Nombre: Torbjörn Lindholm

Nacionalidad: Sueca

Edad: 57 años

Habilidades: Remachadora (pistola principal), martillo forjador, desplegar torreta, sobrecarga.

Ultimate: Núcleo de magma. Lanza lava caliente.

Espécimen: Humano

Profesión: Diseñador de armas

Frase característica: Constrúyelas, desármalas

Relación con Mercy: Amigo

Historia

Mucho del armamento militar de Overwatch fue construido por Torbjörn Lindholm, él era un fiel creyente de que la tecnología era más que dinero, podía ayudar a que el mundo fuera un lugar más progresivo e inclusive ayudar con las tareas y labores de la gente para hacer los procesos más óptimos.

Una vez que el conflicto armado llegó a su fin, algunas de las armas de este ingeniero fueron robadas, guardadas y utilizadas en todo el mundo, él se sentía responsable por eso y fue entonces que comenzó a buscarlas para evitar que se usaran con malos fines o por personas con falta de ética.

*Heroína: Ana*

Nombre: Ana Amari

Nacionalidad: Egiptia

Edad: 60 años

Habilidades: Rifle biótico, dardo tranquilizante, granada biótica.

Ultimate: Nanopotenciamiento. Aumenta el poder de algún aliado.

Espécimen: Humana

Profesión: Cazarrecompensas

Frase característica: Todos deben encontrar su causa

Relación con Mercy: Amiga

Historia

Es una de las precursoras de Overwatch, en la crisis ómnica combatió en Egipto y fue considerada la mejor francotiradora del mundo. Fue la subcomandante de la organización, el líder principal era Soldado 76 y sirvió sus fuerzas ahí hasta que después de sus 50 años fue dada por muerta en una historia que se está a punto de revelar.

En una de sus misiones, se le había encomendado proteger a unos civiles, pero se llevó una gran sorpresa cuando descubrió al enemigo. Se trataba de Amélie Lacroix, ya conocida como Widowmaker, esposa de uno de sus compañeros. Tenía la piel de color azul y la mirada fría, no reconoció a Ana, dudó en dispararle, pero su contraria no.

La opinión pública la dio por muerta y admite que una parte de ella, en realidad si lo hizo, falló en su misión, las personas que debía proteger murieron y se acercaba el fin del proyecto que ya consideraba parte de ella. A pesar de todas las circunstancias ella le confiesa a su hija que no dejará de luchar si es que alguien

*Heroína: Mercy*

Nombre: Angela Ziegler

Nacionalidad: Suiza

Edad: 37 años

Habilidades: Baston caduceo (sale un rayo de su bastón que puede sanar a sus aliados continuamente), bláster caduceo (tiene una pequeña pistola para

defenderse en caso de ser necesario), ángel guardián (vuela hacia alguno de sus compañeros), resurrección (poder de resucitar a una persona), descenso angelical (puede caer lentamente después de un vuelo).

Ultimate: Valquiria. Vuela sanando y potenciando a un aliado.

Espécimen: Humana

Profesión: Médica de campo y Socorrista

Frase característica: Los héroes nunca mueren

Historia

La Doctora Angela es conocida por sus dotes de ayuda hacia los demás, solidaridad, empatía y sobre todo por su objetivo principal: mantener la paz. Overwatch supo de ella debido a su renombre en la ciencia de la nanotecnología y sus mejoras para la salud de sus pacientes.

Al momento de ser reclutada la nombraron directora de investigación médica, debido a la guerra quedó huérfana y vio en el grupo de gente dotada una oportunidad para sanar a personas a escala. Esto mejoró cuando se construyó su traje de valquiria para dar más agilidad en el campo de batalla.

Una vez que la asociación de Overwatch se desintegró, continuó viajando por las zonas menos favorecidas por la guerra, para poder brindar su ayuda a quien la necesitara, ya fuera como doctora, para curar a los enfermos, guerrera, para protegerlos o aliada.

### 2.3 Historia y función de los villanos

*Villano: Doomfist*

Nombre: Akande Ogundimu

Nacionalidad: Nigeriana

Edad: 45 años

Habilidades: Cañón de mano, embate sísmico, gancho ascendente, puño cohete.



Ultimate: Golpe de meteoro. Salta muy alto y deja caer su puño en algún punto específico.

Espécimen: Humano

Profesión: Mercenario

Frase característica: Solo evolucionamos a través del conflicto

Relación con Mercy: Enemigo

Historia

Akandé nació en una familia privilegiada y estaba destinado a liderar una empresa tecnológica. Sentía una gran pasión por las artes marciales y cualquier deporte que incluyera el cuerpo a cuerpo, esto lo ayudó a obtener una gran fuerza, agilidad y velocidad.

Un representante del grupo de mercenarios, Talon, vio la oportunidad de un gran miembro en él, se aprovechó de que Doomfist sentía que no podría pelear más debido a que perdió su brazo en la guerra y aunque su empresa le había hecho uno robótico, no lo volvieron a aceptar en ninguna competición.

Su maestro, Akinjide Adeyemi tenía aspiración por el dinero, pero lo que Akande quería era poder, razón por la que eliminó a su instructor y tomó el guante que lo convertiría en Doomfist, uno de los líderes del grupo de criminales y uno de los mayores problemas de Overwatch.

En una misión del grupo de héroes en donde estaban Tracer, Winston y Gengi, fue capturado y llevado a una cárcel de máxima seguridad, eso no le importaba así que esperó pacientemente hasta que fue rescatado en un ataque por los robots OR15, quedando listo para crear aún más conflictos.

*Villano: Reaper*

Nombre: Gabriel Reyes

Nacionalidad: Estadounidense

Edad: Desconocida

Habilidades: Escopetas infernales, paso sombrío, forma espectral

Ultimate: Liberación de almas. Gira lanzando balas por todo su alrededor.

Espécimen: Humano

Profesión: Mercenario

Frase característica: La muerte camina entre ustedes

Relación con Mercy: Ex compañero de batalla

Historia

Era uno de los mejores agentes de Blackwatch junto con Cassidy, Moira y Gengi, además de ser conocido como el mejor amigo del comandante Jack. Se puso en manos de la doctora de su equipo debido a fallas genéticas, el resultado hizo que sus células se regeneraran a gran velocidad, descubrió que podía volverse una sombra negra cuando lo deseara.

La oscuridad comenzó a crecer en él mientras combatía a Talon pues consideraba que tenían ideales similares. Fue uno de los integrantes que traicionó a Overwatch, se unió al grupo de mafiosos intentando corromper y romper a sus antiguos camaradas, una vez logrado se dio a la tarea de cazar a los ex integrantes, además de hacer una que otra fechoría que le encargasen.

*Villana: Moira*

Nombre: Moira O'Deorain

Nacionalidad: Desconocida

Edad: 48

Habilidades: Agarre biótico, orbe biótico, evanescencia

Ultimate: Coalescencia. Lanza una combinación entre sus dos poderes bióticos, así que puede dañar a sus enemigos y sanar a sus aliados a la vez.

Espécimen: Humana

Profesión: Genetista

Frase característica: La ciencia revelará la verdad

Relación con Mercy: Rivales

Historia

La Doctora Moira era una apasionada de la genética, hizo una propuesta acerca de alterar el ADN, pero fuera de ser reconocida, la criticaron por tener el mismo pensamiento que generó la guerra omnica. Overwatch la invitó a unirse a su grupo secreto: Blackwatch, ella aceptó y ahí continuó con sus experimentos, tal fue el caso de Gabriel Reyes quien más tarde sería reconocido como Reaper.

Una vez que Overwatch fue desmantelado, muchos de los cargos principales negaron conocer a la doctora, ella continuó sus trabajos de forma individual hasta que Talon comenzó a financiarla y ahora, con recursos lo único que espera es que el mundo vea las ideas que han generado su mente.

Como puede notarse, Mercy tiene una relación predominante con los héroes, ya que forma parte de dicho grupo. Según Julian Pérez y Ana Gardey un héroe: "Presenta, las habilidades idealizadas que le permiten concretar grandes hazañas, o actos heroicos, que son los que le dan fama" (Pérez y Gardey, 2009), lo anterior refiere a la cultura en donde se desarrollan dichas acciones. En el caso concreto de Overwatch, lo heroico se nota en aquellos seres con cualidades sobresalientes ya sean de fuerza, inteligencia o destreza que buscan la sobrevivencia de humanos y androides que desean la paz.

Por otra parte, los villanos no tienen como fin el preservar las vidas, sino más bien incrementar su poder sin importar los métodos a utilizar, en este universo se podrían denominar de dudosa moral. Son los creadores de las guerras, muertes y corrupción, por tanto, enemigos de la heroína descrita en este trabajo de investigación.

Mercy, al ser una médica dotada busca ayudar no solo a los más indefensos sino a aquellos que requieran una mano amiga. Sin embargo, también rechaza y desaprueba todos aquellos métodos y/o medios que son usados para otro fin que sea el salvaguardar la vida, por ello su desacuerdo con Moira, científica ilícita y en ocasiones con Ana, que usa la medicina para el campo de batalla.

## **Capítulo 3. Publicidad social**

### 3.1 Publicidad social enfocada en gamers

La publicidad social o también llamada, publicidad de causas sociales (debido a su servicio ante las comunidades) es “un esfuerzo organizado, dirigido por un grupo que intenta persuadir a otros de que acepten, modifiquen, o abandonen ciertas ideas, actitudes, prácticas y conductas” (Kotler y Roberto, 1992).

El fin es poder contribuir positivamente en la sociedad, por ello es que se habla de un agente de cambio, para dar constancia y voz a aquellos conflictos de la población que requieren ayuda, ya sea en grupos vulnerables grandes o pequeños.

Al encontrarnos en un mundo repleto de publicidad las personas han desarrollado la libertad de elección, descartar aquello con lo que no sienten identificación y quedarse con lo que les hace sentido. La publicidad social da espacios a la opinión pública y es por ello que deben utilizarse distintos medios para hacer que la gente, en este caso, los jugadores de videojuegos se convenzan y quieran formar parte de ella.

Uno de los fines de las campañas de publicidad social enfocadas en gamers es lograr un altruismo colectivo, volver un rato de diversión en un bien común, esto puede llevarse a cabo debido al pensamiento socialmente establecido que tiene el público al que intenta llegar, gracias a las pautas que tienen y construyen en su día a día.

Los gamers o videojugadores son aquellas personas que disfrutan de jugar videojuegos, ya sea en una consola, computadora o teléfono celular, hay segmentaciones entre ellos, por ejemplo, por un lado, están los pro gamer, son los más hábiles, han sido invitados a equipos para entrar a competiciones, sin embargo, en esta ocasión los que se abordarán en este escrito serán los core gamer, o sea, aquellos que tienen cierta constancia en el videojuego pero no son profesionales.

Para el desglosamiento de la campaña se desarrollarán algunos métodos que se describirán a continuación. Para iniciar se introducirá con el CADEC, que significa: Causa, las cuales son, en palabras de Kotler y Roberto “objetivos sociales que los

agentes de cambio creen que proporcionarán una solución para un determinado problema social” (Kotler y Roberto, 1992). El agente de cambio, la organización, persona o grupo que ayudará a hacer un cambio. Los destinatarios, entendiéndose como el segmento a quien se dirigirá. Los canales refiriéndose a los medios y, por último, las estrategias de cambio, o dicho de otra manera la planeación pensada para promover una sensibilidad frente a un tema en específico.

Datos de la campaña Mercy Rosa:

Causa	Alineación Objetivos ODS	Agente de Cambio	Población Destinataria	Población Afligida	Población Negativa
La resignificación de los jugadores de su heroísmo en el videojuego a su vida física respecto al cáncer de mama	No 3. Salud y bienestar	Breast Cancer Research Foundation	Jóvenes hombres y mujeres conocedores de la historia de Overwatch	Investigadores perteneientes al agente de cambio	Jugadores que no conocen el lore del videojuego

Las Naciones Unidas crearon 17 objetivos que alcanzar para el año 2030, todos ellos en favor de mejorar la calidad humana, la flora y la fauna, estos recibieron el nombre de ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible. El proyecto en general se llama La Agenda 2030, en honor al año que se tiene pensado para demostrar los cambios y mejoras que hubo. A partir de ella se intenta motivar e incentivar a las marcas y agentes de cambio a contribuir a la sociedad de forma positiva. En el caso de Overwatch, el objetivo tomado fue el número tres que hace referencia a la salud y el bienestar.

Los canales en donde se llevó a cabo la campaña fueron:

Canal eje	YouTube
Canal base de contenido	Página de Blizzard
Canales experimentales	Twitter
Canales de enlace o puente	Twitch

*Canal eje:* El público de este videojuego tiende a ser receptor de esta red social, por ello, en primera instancia se creó un spot describiendo la skin rosa y también anunciando que la campaña era para ayudar a la lucha contra el cáncer de mama. Posteriormente, se subió un video del director de Overwatch, Jeff Kaplan, describiendo y haciendo un llamado para que los jugadores contribuyeran a la causa.

*Canal base de contenido:* Debido a que Blizzard fue el encargado de llevar a cabo la campaña, fue en su página en donde se dio a conocer toda la información necesaria, la campaña no se centró específicamente en informar al gamer sobre el cancer de mama o la fundación, sino en un sentimiento de empatía y actos heroicos, se explicaban los beneficios al adquirir la skin, vendieron exclusividad, además de enviar a los jugadores a los canales de enlace pues, al verlos, contribuirían a la campaña y a cambio obtendrían sprays de Mercy Rosa, mismos que hasta la fecha (Junio 2022) no son posibles adquirir por otro medio.

*Canales experimentales:* El canal en donde los receptores pudieron interactuar fue Twitter, los desarrolladores publicaron la campaña y ahí se dio una publicidad de boca en boca, no solo por parte de los jugadores comunes sino también por influencers de renombre, comenzaron a crear contenido.

*Canales de enlace o puente:* Se utilizó la plataforma de Twitch, la corporación de Activision Blizzard hizo un convenio con los siguientes streamers: QueenE,

cuuppcaake, flowervin, RikuRikuRiku, fleur, elspeth, esl\_alphacast, kidkerrigan, lolirof, angel20339, HALtv, marvellous\_li, rudeism, emongg.

Los streamers ya mencionados apoyaron la campaña de Mercy Rosa, cada uno tuvo un día en específico en donde dieron las donaciones recibidas a la BCRF, Overwatch a manera de apoyo decidió hacer sprays para quienes vieran las transmisiones.

### 3.2 Campaña de publicidad Mercy Rosa

Las estrategias de cambio se llevaron a cabo haciendo un producto (Mercy Rosa) a fin con la campaña de publicidad social, recurriendo a insights que tenían los gamers de Overwatch, por ejemplo, que el mundo necesita más héroes, así como la incentivación por parte de distintos canales y streamers.

Algunos de los elementos utilizados para llevar a cabo la campaña de Mercy Rosa fueron:

Idea: Heroísmo

Concepto: Ser gamers nos une

Insight: Todos quieren ser un héroe

Respuesta al insight: Overwatch te da la oportunidad de salvar a alguien

Racional creativo: Mostrarles a los jugadores una skin que represente el cáncer de mama y hacerles un llamado para que sean héroes en su dimensión.

Tono: Cordial

En segunda instancia se tomará el desarrollo de las 7P's enfocadas en publicidad social, que consisten en:

*Producto:* Se entiende como aquel planteamiento que brinda apoyo para resolver una problemática, es decir la skin de Mercy Rosa ya que al adquirirla es que se fue posible dar ese intercambio de valor que momentos después se convertiría en una donación para la asociación de BCRF.



*Precio:* En la publicidad social se refiere a aquel beneficio no económico que se conseguirá, el jugador no donará dinero sin recibir algo a cambio y esto no es precisamente el producto sino una cuestión de moralidad, de reconocimiento frente a otros jugadores y además, teniendo la certeza de que puso un grano de arena para contribuir a mejorar la vida para la investigación de mujeres que padecen el cáncer de mama.

*Plaza:* Es el lugar en donde los beneficiarios pueden tener acceso a los resultados. La plaza principal que se utilizó fue la de la aplicación misma, ya que al ingresar, de inmediato mostraban noticias sobre la skin, los spots y una vez que la campaña terminó, los datos recaudados y donados, además de encontrar los videos dando evidencia de ello.

*Promoción:* Área comunicativa que no solo se encarga de dar sensibilidad al mensaje, sino que además persuade con fin de hacer algo para mejorar la sociedad. Se da en la exclusividad de la skin de Mercy, aunando a ello la aclaración del proyecto y la introducción de lo que es la asociación de investigación, sumando a ello que varios influencers se unieron a la causa.

*Proceso.* El procedimiento que llevan a cabo los destinatarios para poder obtener su recompensa. Pensando en un jugador que siguió toda la campaña el proceso era el siguiente:

1. Ver los spots de Mercy Rosa
2. Comprar la skin
3. Ver las transmisiones aliadas para conseguir los sprays
4. Utilizar el producto comprado
5. Obtener reconocimiento

*Personal.* Elemento humano de la asociación, agente de cambio y/o marca en cuestión. La cara utilizada en la campaña fue la de Jeff Kaplan que en ese entonces, ya se encontraba en el imaginario de la comunidad ya que tendía a ser el que presentaba eventos, mapas, héroes y daba alguna característica del juego, pero en esa ocasión se le vio en una plática no tan animada sino más seria y empática,

llamando a todos los gamers del videojuego de Overwatch a apoyar en su propio mundo.

*Presentación.* Como se le da a conocer al público por medio de lo visual. El diseño del vestuario de la heroína fue hecho con el fin de identificarlo con la causa que estaba representado, el color a elegir fue el rosa e hicieron modificaciones al aspecto físico de la justiciera, para darle más peso a su exclusividad.

### 3.3 Técnicas de la publicidad social

La matriz de arquetipos ayuda a poder delimitar que tipo de empresa empleará la estrategia publicitaria y comunicacional, es decir, la define. Mientras que al encontrar las técnicas de persuasión se podrá visualizar e identificar el mensaje dado y por supuesto su finalidad. Por último, se desarrollarán las estrategias de Hakomi para entender a los jugadores y saber por qué es que esta campaña tuvo éxito en ellos.

A continuación, mostraré la matriz de arquetipos en la campaña mencionada para con ello ver el mensaje comunicacional, la identidad y la razón de la participación en los jugadores:

Marca	Arquetipo predominante	Rasgos arquetípicos	Arquetipos afines
Overwatch	Héroe	Creador, cuidador	Inocente, amante, bufón

Justificación:

- Arquetipo predominante

*Héroe:* La función es actuar con coraje, la campaña busca contribuir a la investigación contra el cáncer de mama, se presenta de forma heroica para dar función de una ayuda hacia alguien más, además funge como líder de los gamers al hacer un comunicado para que todos se sumen a favor de una causa altruista.

- Rasgos arquetípicos

*Creador:* Al ser un videojuego de paga y hacer una campaña de publicidad social logra sacar de la zona de confort a sus destinatarios, ya que con anterioridad las skins exclusivas se conseguían con dinero físico o con puntos obtenidos por ver los streams de las alianzas de Overwatch, pero, al hacer algo que da representación a la curación de Mercy se convierte en creador.

*Cuidador:* Consiste en dar un apoyo a los demás, no solo para aportar sino para lograr hacer un cambio, por ello es que se presentan alternativas para dar solución al problema específico, hablando concretamente de la campaña poder donar recursos para que la investigación por parte de BCRF consiga seguir implementando soluciones para los tratamientos.

- Arquetipos afines

*Inocente:* Busca hacer lo correcto siguiendo valores establecidos, quiere dar ayuda a alguien que lo necesita sin recibir un cambio de valor monetario en el proceso.

*Amante:* Si bien la campaña está en busca de generar un cambio a favor de la salud de las mujeres que tienen cáncer de mama, también busca crear y/o fortalecer la unión entre los gamers de Overwatch para que entre ellos se animen a dar seguimiento de la causa.

*Bufón:* Uno de sus fines es que pese a contener acciones que ayudan a la sociedad, también se plantea que los jugadores pasen un buen rato, esto se ve identificado en los sonidos adheridos a la skin.

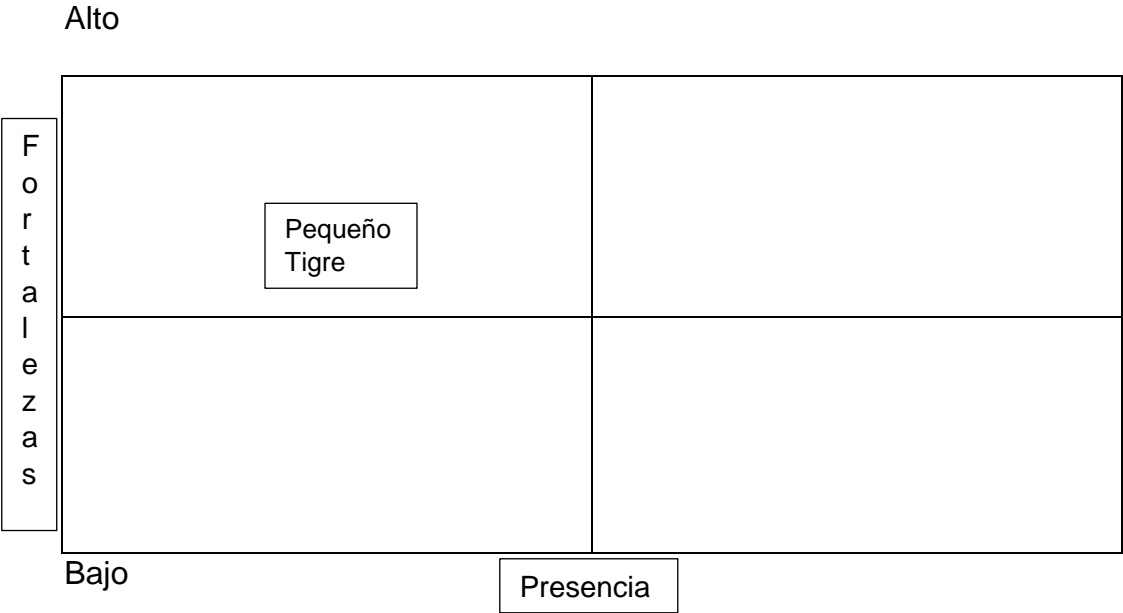
Siguiendo el análisis del discurso y de la semántica de los términos asociados al proceso de la campaña de publicidad social- Mercy Rosa, se arrojaron datos a posteriori de las entrevistas en donde como resultado no tenían nociones del dinero recaudado, la fundación a la cual se donó ni aspectos técnicos de dicha campaña, sino que más bien remitieron al gusto por haber observado y/o hecho una buena acción.

Lo anterior indica un desembrague en los jugadores, pues algunos de ellos desconocen el proceso que se llevó a cabo, es decir, la historia detrás del juego, así como sus procedimientos, sin embargo, si conocen el significado, ese es su proceso de embrague. Gracias a ello es que el concepto de héroe o heroísmo es clave en este trabajo.

La problemática inicial de la campaña era la lucha contra el cáncer de mama, el problema en ello fue la falta de identificación por parte de los jugadores hacia dicho cáncer, ya que muchos de ellos no han experimentado esa enfermedad y por esa razón la causa de la campaña de publicidad social debía centrarse en la resignificación de los jugadores de su heroísmo en el videojuego a su vida física respecto al cáncer de mama.

La tipología de marca es la forma en que se clasifican según su funcionalidad, también refiere al diferenciador que tienen a través de la industria, es decir, su posicionamiento.

En el caso de Overwatch, su tipología es la de “pequeño tigre” ya que no es tan conocida globalmente pero dentro de los videojuegos atrae a un grupo quienes incitan a que siga creciendo. A continuación, se mostrará un esquema del lugar en donde se encuentra esta marca.



Por otro lado, las técnicas de persuasión publicitarias que se llevaron a cabo para darle solidez, coherencia y cohesión al mensaje fueron:

- *Fluidez*: Esta técnica logra dar seguridad a quien recibe el mensaje, ya que se reconoce, no da pie para la extravagancia, sino al contrario, el comunicado es simple, en los promocionales se pueden ver frases como “Disponible durante tiempo limitado” o “Nuevo aspecto benéfico”, en donde se refuerza lo dicho en los spots e incluso sin verlo, llama la atención debido a las palabras concretas, pero con sentido.
- *Autopersuasión*: A la gente le gusta creer que tiene el control sobre su vida, regir sus decisiones y deseos, por ello es que este tipo de técnica necesita ser sutil para que la elección de los usuarios sea individual e incluso colectiva, atrayéndolos con un mensaje que reconozcan, pero sin dar toques de invasión, por ejemplo, recordarles su papel en el juego.
- *Altercasting*: Se basa en el encasillamiento de personas dentro de un rol, hace frente a una posición social, pero de forma voluntaria, en el comunicado que brindó Jeff Kaplan mencionó: “Sabemos lo emprendedora e inspiradora que puede ser la comunidad gamer y nos encantaría que te sumaras a esta iniciativa”, dando con ello palabras de tacto en donde le recordó a los espectadores lo grandes que son.
- *Atractivo*: Los rostros bellos tienden a dar sensaciones positivas, la gente los visualiza como algo aspiracional y aunque Mercy es un dibujo animado, mejoraron su aspecto para la campaña, incluyendo su rostro, el cual se analizará más adelante.
- *Confianza*: Además del lado atractivo, los gestos que denoten seguridad pueden causar seguimiento en el público al cual se dirige y más aún si esa persona es el director del juego, él fue la imagen pública de la campaña y

quien incentivo a que las personas quisieran hacer donativos, además de comprar las playeras y ver los streams.

- *Palabras sagradas:* Son expresiones características de retórica para lograr aportar un valor intrínseco a quien se les dice, en un spot de Mercy ella menciona: “Brindar ayuda a los necesitados es su propia recompensa”, para hacerles saber que el obrar correctamente es su propio triunfo, estas palabras siempre deben ser positivas pues prenden motivar y enorgullecer.

Para terminar con el capítulo de publicidad social se procederá a describir las Bioestrategias de Hakomi que contiene, esto ayuda a ver los patrones del público objetivo para con ello entender en quienes se enfocaron y también el por qué. Tiene que ver con la cotidianidad del receptor, de forma de vivir diariamente.

Bioestrategia	Primario	Secundario	Otro
Murciélago		x	
Pollo			
Lobo			x
Pavorreal			
Perro			
Tortuga			
Grulla			
León	x		

Justificación:

La primera bioestrategia utilizada fue la de león ya que el público está acostumbrado a refugiarse en la acción y aunque esto puede parecer más en un ámbito virtual, en realidad, es un valor que tienen interiorizado. Tienden a ser competitivos y por ello intentan superarse a sí mismos para progresar. Tienen conflictos debido a que desconocen si merecen un reconocimiento en su plano físico al igual que en los videojuegos.

La segunda es la del murciélago, ya que al haber alguna problemática ellos deciden tener un lugar seguro con su consola o aparato que les dé cabida a jugar y pasar un buen rato, en ocasiones quieren saber si pertenecen a un grupo, pero esas dudas logran disiparse por un momento cuando están jugando.

La tercera es el lobo, aunque este público tiene muchas inseguridades y cuenta con dudas, también es un ser independiente y que, a su manera, resiste al colapso, adora tener metas y desafíos que encontrar, a su vez, quiere obtener un reconocimiento para que se le tome como valor ante la sociedad.

En el análisis descrito anteriormente se abordaron algunos de los conceptos interiorizados que tiene el videojugador, tales como la idea de heroísmo o salvar a alguien, mismos que fueron utilizados para poder crear la publicidad social enfocada en ellos y que así, la estrategia fuera más allá de solo comprar ciertos aspectos para un personaje sino más bien hacerlos participes activamente para dicha causa.

## **Capítulo 4. Análisis semiótico**

### 4.1 Actantes dentro de Overwatch

Las personas denominadas gamers contribuyeron respecto a la campaña en tres situaciones diferentes, la primera es en donde compraron la skin y por tanto apoyaron a la campaña, la segunda son aquellos que apenas iban entrando en el juego, por lo que no sentían un proceso de identificación y hoy en día pueden llegar a mencionar una noción de arrepentimiento debido a no haber participado, la tercera es notoria en aquellos que decidieron no comprarla pues no utilizarían la skin debido a que no juegan ese rol.

A continuación, se desarrollará el análisis semiótico, para ello, es prioritario describir las definiciones operativas que se utilizaron a lo largo del trabajo y que en este apartado lo harán con más profundidad, ya que me basaré en ellas para poder tener conclusiones precisas.

#### **Definiciones operativas:**

##### **-Narración**

“Una narración siempre presenta, como mínimo, a un actor (**personaje**) que experimenta un suceso determinado. Cabe mencionar que no es imprescindible que dicho personaje sea el propio narrador de la historia.” (Porto-Gardey, 2009)

Este concepto da referencia a la historia alrededor del (en este caso) videojuego para que los personajes interactúen entre sí y se le dé un sentido y una dirección a las diversas acciones de los seguidores del juego, tales como las peleas, los roles y la utilización de habilidades.

##### **-Publicidad Social**

“La publicidad social se plantea objetivos de carácter no comercial, buscando efectos que contribuyan, ya sea a corto o a largo plazo, al desarrollo social y/o



humano, y formando parte, o no, de programas de cambio y concienciación social.” (Cruz Alvarado, 2003).

Complementando la definición anterior, si bien la publicidad social no pretende tener un carácter comercial para la marca en sí misma, si puede requerirlo para donarlo a alguna institución o causa social y así hacer que una comunidad contribuya para una mejora dentro de la población.

### **-Gamer**

“Un Gamer es una persona con una cultura y una habilidad para jugar juegos de vídeo de manera sobresaliente, este tipo de personas también se destacan en conocimientos técnicos de computadoras y consolas de videojuegos” (Concepto-Definición, 2021).

En este proyecto se toma al gamer separado del videojugador casual, este último refiere a una persona que disfruta de jugar juegos de vez en cuando pero no se siente identificado, motivado o lo suficientemente conectado como para considerarlo un hobby o algo que hacer recurrentemente.

### **-Transtextualidad**

“Diversidad de relaciones de trascendencia textual- que subsume y redefine la intertextualidad como uno de los cinco tipos básicos de imbricaciones transtextuales que pueden presentarse entre uno y otros textos concretos según el carácter de los vínculos establecidos entre ellos”. (Genette,1989).

El concepto de transtextual o transtexualidad será de vital importancia ya que todos los textos actuales vienen de otros anteriormente escritos, por ello, se abordará por qué es que la campaña de Mercy Rosa tuvo continuidad en los jugadores, público mayormente masculino, frente a una causa como lo es el cáncer de mama.

## **-Sistema**

“Es un módulo de componentes ordenados que se encuentran interrelacionados y que desarrollan interacciones entre sí. Los elementos que componen un sistema pueden ser conceptos abstractos u objetos materiales.” (Pérez Julián, 2014).

El sistema que hay dentro de la comunidad de los jugadores de vídeo suele tener una tendencia al aislamiento y a según algunos entrevistados a tener cierta exclusión por parte de la sociedad en sí, dicho esto, se averiguará como es que este sistema pudo trascender a una causa mayor.

Una vez que se han identificado los términos que se utilizarán en el siguiente apartado se podrá comprender como es su funcionamiento y relación en el caso de Mercy Rosa para así descubrir el porqué del posible éxito de esta campaña, así como sus cumplimientos para poder aludir a la publicidad social en un término como el descrito anteriormente.

Dentro de la narrativa y el discurso planteado en la campaña se notan elementos sógnicos que le dan razón a los videojugadores, misma razón por la que a continuación se describirá ese inventario para poder percibirlos con mayor claridad y explicar lo que se está entendiendo por causa social.

### **Inventario de elementos sógnicos**

Para tener un mejor un entendimiento del inventario de elementos sógnicos es necesario hablar sobre los principios de referencialidad, estos acotan a las categorías faneroscópicas, es decir, categorías que describen algo de la experiencia, ya que cuando se analizan objetos empíricos, las relaciones faneroscópicas no pueden funcionar. Por ejemplo, una calculadora no es un símbolo ya que es un elemento de la experiencia y "símbolo" es una categoría faneroscópica, más no empírica, por ello se puede concluir que no es posible describir un objeto concreto como símbolo.

Hay tres niveles de lo descrito anteriormente:

La primeridad tiene que ver con unidades, la segundidad con la relación entre dos unidades que remiten a un hecho y la terceridad es la idea que está asociada a esos elementos. Estas tienen subcategorías, que procederé a explicar a continuación:

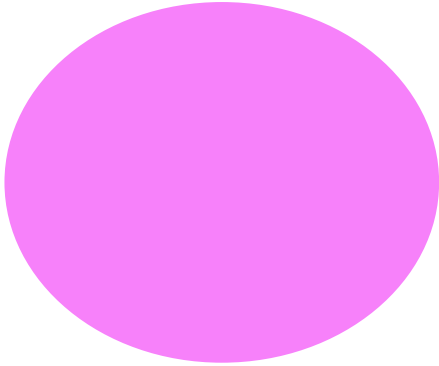
- La primeridad de la primeridad: Lo puramente perceptible.
- La segundidad de la primeridad: Cualidades en relación.
- La terceridad de la primeridad: La regla que ordena esas cualidades.
  
- La primeridad de la segundidad: Unidad dentro de una idea, una asociación.
- La segundidad de la segundidad: Dos cualidades entran en relación y crean otro hecho.
- La terceridad de la segundidad: La idea ya está convencionalizada.
  
- La primeridad de la terceridad: Término en tanto unidad de la afirmación de un hecho.
- La segundidad de la terceridad: Dos términos entran en relación para afirmar ese hecho. Construir una oración o enunciado.
- La terceridad de la terceridad: Ya es un pensamiento o un argumento.

El orden consiste en obtener impresiones simples o bien, cualidades de sentidos que se asociarán entre ellas para que, con ello, se creen conceptos, una vez que se llega a ese punto entonces se hace una relación para obtener ideas; es decir, de las cualidades simples (primeridad), se pasa a las relaciones de representación de objetos (segundidad) para finalizar con los pensamientos o argumentos (terceridad).

En el caso de Mercy Rosa, perceptualmente se identifica la vestimenta y el diseño del personaje, si es de agrado o no y que se siente con ello. La segundidad es la relación que se tiene con algo de la experiencia, en este caso, una causalidad social y la terceridad es la idea misma del cáncer de mama, el jugador es consciente de que al comprar la skin ayudará a personas que lo necesitan.

Una vez que se combinan 3 niveles de categorías faneroscópicas se crea una categoría empírica, por ello se indica que ya no es una relación general. Son 3

categorías ontológicas, es decir, de razonamiento lógico. Lo particular va a pasar a permitirnos estudiar la experiencia.



### **Color Rosa**

El color se encuentra redundante en toda la campaña, pues es el característico para referir al cáncer de mama, este se puede encontrar en el vestuario, accesorios y maquillaje del personaje, por otra parte, es visualmente lo que predomina en los spots lanzados, así como en los sprays y recompensas que Blizzard sacó para los jugadores.

#### 4.2 Análisis Isomórfico

Siguiendo las observaciones en torno a la estrategia llevada a cabo, se realizaron comparaciones entre el lenguaje visual y narrativo. El primero consta que el jugador percibe el color en distintas tonalidades alrededor de la estrategia y principalmente, de Mercy. Frente a esto se genera una correlación de asociación de la campaña con el color. Mientras que se refuerza en la narrativa, desde el nombramiento de la campaña "Mercy Rosa" y ante el discurso del cáncer de mama que es representado con él.



Se encuentra no solo una consistencia sino, además, congruencia ante la narrativa y el lenguaje visual, ya que son estrictamente correspondientes y esto se representa en la campaña de publicidad social inmersa, ya que ambos elementos la hacen posible en cuanto a composición, relacionando con ello al color rosa con las emociones de los videojugadores.

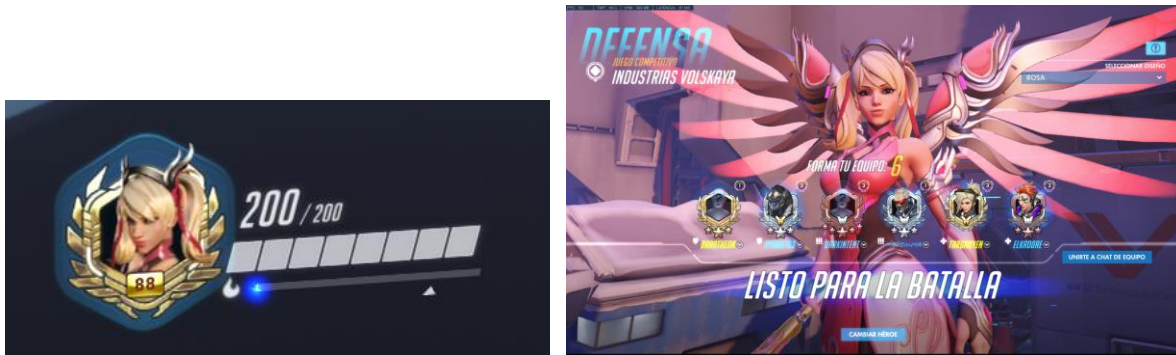
Se puede ejemplificar con algo tan “convencional” como lo es una cruz. Esta no puede funcionar como un símbolo ya que esta es empírica y "símbolo" es una categoría faneroscópica, por tanto, primero debe analizarse el objeto con las categorías empíricas y después cuando ya se sabe el funcionamiento del signo respecto a la idea que genera entonces ya se pueden utilizar las faneroscópicas.

Si se decide analizar una cruz particular, por ejemplo, la cruz roja, se analizan elementos en donde aparece y con base en ello ver que cualidades tiene y cuáles le son asignadas, uno de esos elementos es el color, la rojez, es un rema icónico cualisígnico ya que lo que determina a la cruz roja es, el color. Ahora bien, como este objeto emite a la idea de salvamento es ahí que se utilizan las faneroscópicas, para ver si está funcionando como un símbolo, un índice o un ícono.

Hay una asociación en que la cruz roja se puede encontrar en las ambulancias y a su vez esto significa un servicio médico. Es una asociación de remas que permiten tener una proposición. En este sentido se observa que el primer elemento funcional es el color, este es faneroscópico. Funciona como un término icónico cualisígnico, es decir, un signo. Lo icónico es en relación con semejanza porque es una cualidad perceptual.

Cuando el color mencionado se relaciona con la sangre, no es arbitrario, sino que la sangre se relaciona con el color porque establece algo que se conoce de la vida. Aunado a esto se encuentra la figura de la cruz que en una percepción contextual es relacionado con lo religioso por medio de una asociación de ideas, ya que la cruz por sí sola no se relaciona con algo en específico.

Ejemplo gráfico de la heroína:



De la misma manera ocurre con el color rosa que está representado la lucha contra el cáncer de mama, no es un hecho aislado, tampoco es un color que se relacione con la heroína, es estrictamente correspondiente con la causa dándole un sentido hacia los receptores del mensaje. Por ello, es que el rosa está presente desde el ícono minimizado del personaje como también la pantalla principal en donde es elegido.



## **Listón**

Este objeto es utilizado de manera internacional no solo por las empresas sino por la sociedad que quiere darle voz al cáncer de mama, por ende, se encuentra en el consciente colectivo de la gente, es decir, se volvió un símbolo. Fue utilizado alrededor de la estrategia, sin embargo, predominó en dos aspectos que se describirán a continuación, siendo uno de ellos la skin de Mercy y el otro las recompensas o sprays que los videojugadores podían obtener apoyando los videos de los streamers.

## **Análisis isomórfico**

Al momento de referir a lo legisígnico se refiere a las cualidades que están ordenadas convencionalmente debido a que se habla de niveles. Retomando el ejemplo de la cruz roja esta tiene una función indexical porque necesita estar cerca de su objeto, es decir, señala una función específica y está en relación con el objeto.

Suponiendo que el objeto sea “salvar”, es indexical porque la experiencia dice que la ambulancia recoge a los heridos y los lleva al hospital. Si una función no se cumple empíricamente, el index cambia.

Abriendo un paréntesis a este trabajo de investigación se debe acotar que el ícono es una relación de continuidad y contraste ya que, si cambia el objeto, por ejemplo, que la ambulancia no ayude, sino que golpee a civiles entonces el signo va a cambiar junto con ella.

Por tanto, en el caso del listón contra la lucha del cáncer de mama se menciona un empirismo, por ello, se observa en que elementos aparece ya que no es lo mismo

un listón usado para amarrar un cabello o para abrir un restaurante que este símbolo. El color determina el valor del listón y es por tanto, lo que lo hace funcionar, seguido de la forma en la que está doblado.

En cuanto al análisis visual este se encuentra inmerso en el traje diseñado para la heroína, se puede notar en la siguiente imagen:



Este tiene una doble acotación en la parte trasera del personaje, resaltándolo del resto del traje, da una indicación de la causa por la que fue creado, el hecho se ve reflejado en que algunos gamers mencionaron que les dolía matar a una Mercy enemiga, ya que esa persona había actuado en pro de la causa de la lucha contra el cáncer de mama.

El listón también es notable en los sprays de recompensa, denotando su importancia dentro de la campaña. En algunos íconos tiene más predominancia que en otros, pero en todos se encuentra visible. Haciendo que los jugadores lo pongan dentro del juego y sea protagonista para aquellos que incluso decidieron no comprar la skin.





Otro objeto en donde se ve inmerso es en los accesorios de la protagonista, tanto en el arma que utiliza para sanar y potenciar a sus aliados como en su vestimenta, desde las cintas que adornan su cabello hasta las del traje en general. Aquí se nota el posicionamiento dentro del espectador ya que en su mayoría, dichos objetos no se encuentran de forma convencional, pero sí haciendo referencia de manera en la que el espectador del mensaje haga esa correlación.



Por ello, es que este objeto trasciende dentro de la campaña, no solo por su inmersión sino también la referencialidad alrededor de la heroína, dándole un sentido y un camino al proyecto social a través del psique colectivo del cáncer de mama.

Un cualisigno es una cualidad perceptual, esto quiere decir que aparece en sí mismo, sin ningún orden. En fotografía, por ejemplo, se hablaría del brillo. En el ejemplo tratado para aterrizar los temas se habla de una cruz roja simétrica, pero la

religiosa es asimétrica, entonces la simetría es un cualisigno de la cruz roja. El cualisigno en el listón es la simetría en cuanto a su posicionamiento, pero también el color, ya que ambos funcionan de manera correspondiente.

El sin signo por otro lado, es una cualidad formal, con ello me refiero a que determina la idea de un objeto, en fotografía, serían los planos, ya que se habla de figuras que funcionan con semejanza y unidades específicas. En el caso del listón del cáncer de mama es el color en cuanto a tonalidad, lo que además funciona como un rema.

El rema en su terminología simple es icónico, ya que es un objeto de la experiencia en medida de que señala una semejanza de una cualidad que determina la idea de un objeto, es decir, como es un sinsigno ya no es solo una cualidad, sino es la cualidad ordenada composicionalmente. En el caso de Mercy Rosa ya no es el rosa, sino el rosa dentro de Mercy.



### **Ser un héroe**

La concepción de héroe está presente en los spots lanzados, recalando un llamado a los héroes y heroínas en torno a la ayuda para la lucha contra el cáncer de mama. Además de que es el mismo director del juego el que lanza el mensaje este se encuentra de forma visual y auditiva durante la estrategia llevada a cabo.

De forma inmersiva utilizaron el concepto del heroísmo trabajado en el gamer dentro del juego para poder darle un sentido a la campaña, es decir, ayudar a otros y combatir a un mal que hay dentro de la sociedad y si bien, en este sentido no es una persona física, si es algo que vulnera y que en ocasiones mata a seres inocentes, así que incentiva a la acción.

## **Análisis isomórfico**

Tomando en cuenta que:

- Primeridad: cualidad simple.
- Segundidad: relación de unidades simples
- Terceridad: pensamiento/síntesis

Se entiende que todo signo es una unidad/relación/representación. Retomando el ejemplo de la cruz, el ponerla en una ambulancia señala a quienes están enfermos o heridos. Es un index pero entonces, también se convierte en un ícono, siendo la cruz una representación del salvamento, ya que una de sus funciones será el tratar el sufrimiento.

E incluso, me atrevo a decir que más que un ícono es simbólico, ya que la cruz por sí sola podría tener otra función, dependiendo de las categorías empíricas que describan cómo funcionan los elementos particulares de la experiencia. Las categorías faneroscópicas pasan entonces a decir como esas propiedades particulares que constituyen las funciones del signo generan ideas y por supuesto, como es que esas ideas se relacionan semióticamente.

Ahora bien, al momento en el que se impregna el mensaje, es necesario tomar en cuenta los distintos públicos a los que llegará:

Influenciador: Es la persona que motiva.

Decisor: Persona que debido a la influencia decide realizar la compra.

Comprador: Quien adquiere el producto aun cuando no lo vaya a usar.

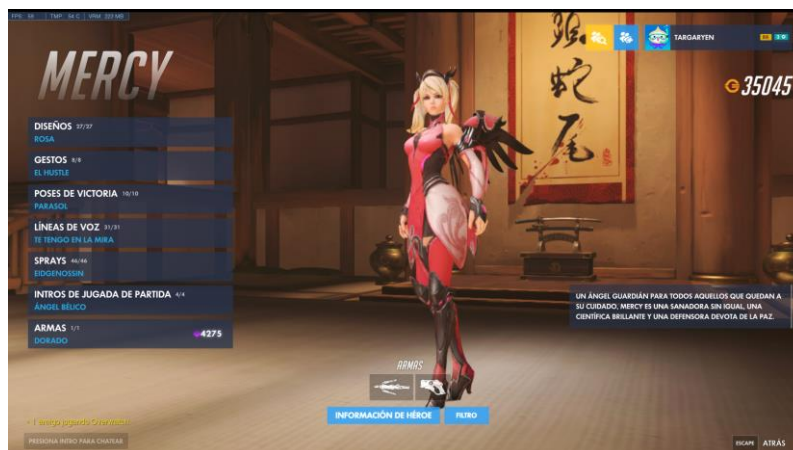
Consumidor: Utiliza el producto.

Cliente: Adquiere productos con frecuencia.

Uno puede estar en perfecta relación con los otros o incluso tener el mismo rol, sin embargo, se deben de hacer técnicas que pueda comprender aquél comprador que no está relacionado directamente con el juego, ya que la terminología de ser un héroe podría no impactar tanto y crear una brecha. Esto también se puede trabajar

en tanto al influenciador ya que si el mensaje es lo suficientemente claro, conciso y convincente entonces él puede negociar la causalidad que ronda alrededor de la campaña social.

Imagen del heroísmo de Mercy Rosa dentro del videojuego:



Para llevar a cabo el análisis semiótico, se determinará la participación de los personajes (ficticios y reales) dentro de los tres spots para que con ello se pueda saber cómo es que se relacionan con el rol del heroísmo. Posteriormente se llevará a cabo una comparación entre los tres relatos para saber si es que dicho rol continuó, cesó o evolucionó.

El corpus del análisis tiene un mar de información visual y en este caso, también escrita, es entonces que las categorías van a servir como base para organizar dicho fenómeno, cabe mencionar que estas no son exhaustivas puesto que siempre habrá elementos del fenómeno que las categorías no alcanzarán a analizar, estas son más bien un principio de organización y acotación.

Entonces el fenómeno se va a observar desde un principio de ordenamiento, dado que las categorías no corresponden a algo del mundo empírico, sin embargo, si permiten pensar en algo de ese mundo, su arbitrariedad sigue una lógica en estructuras narrativas como rituales o como se verá a continuación en spots.

Nada de la forma del signo lingüístico está representando las cualidades del objeto, ni tamaño, ni color, por eso es arbitrario e inmotivado. La iconicidad implica un grado de imitación de la naturaleza. Esta imitación no es correspondencia uno a uno de cualidades. El ícono imita a objetos de la naturaleza o la naturalidad de los objetos, no es correspondencia uno a uno, entonces se puede decir que la imitación implica reducción, solo algunas cualidades son representadas ahí.

Entonces en lo descrito a posteriori se hablará de signos motivados, es decir, naturales porque no hablan de la realidad, sino que más bien el objeto representado por el símbolo motiva la forma del propio símbolo mediante sus propiedades, debido a que hay cualidades del objeto en el símbolo.


La siguiente tabla va a servir de guía para identificar las principales características de las campañas:

*Campaña de Mercy Rosa*

<b>Categoría</b>	<b>Mercy Rosa</b>
Sustancia	Mercy
Cantidad	3 spots
Cualidad	Identidad
Relación	Lugar del que proviene con los seguidores de Blizzard
Acción	Representar
Pasión	Sanación
Tiempo	Primer spot: 0:36 segundos
Situación	Heroína de apoyo

### 4.3 Análisis semiótico del primer spot

A continuación, se desglosará el primer spot para proceder a analizarlo desde el área comunicacional dentro del mismo formato:

Mercy Rosa Spot 1	
<u>Microsecuencia.</u> Tiempo: 0:00-0:03	Cambio de aspecto de Mercy convencional a Mercy Rosa.
	
<p><b>Análisis:</b></p> <p><i>En los primeros tres segundos se muestra el diseño inspirado en el cáncer de mama para que con ello el espectador obtenga una sensación de asombro y éxtasis con el fin de que continúe viendo el spot y así pueda llegar a él toda la información.</i></p> <p><i>Al momento de sonar la música inicia con un tono de suspenso, mismo que crea esa intriga en el gamer y continúa con música rápida que da a entender que algo está a punto de pasar. Para que en primera instancia esto atrajera se necesitaron dos códigos: el de imitación y reconocimiento.</i></p> <p><i>El código de imitación muestra los modelos y tipos con los cuales se configurarán los objetos y representaciones, ya que son estos modelos los que van a configurar la visualidad de los objetos, son necesarios en la operación de abstracción y transformación de la experiencia visual tridimensional a una dimensional.</i></p>	

*Las imágenes son transmitidas para otro que debe entenderlas, así que se basa en códigos de reconocimiento, me refiero a códigos compartidos que permiten a los gamers reconocer algo que está representado en la imagen para poder interpretarla mediante procesos de comunicación.*

*Lo que ocurre a continuación es que se constituye una lectura urbana del mundo, se muestran las figuras visuales de los signos y a través de los códigos de imitación entonces se genera una representación figurativa.*

Microsecuencia.

Acercamiento al diseño de la heroína

Tiempo: 0:04-0:07



*Análisis:*

*El fin de ver la imagen más detalladamente es para dar, por breves segundos, una información visual al expectante, el listón rosa del cáncer de mama se encuentra de forma predominante para que el jugador pueda no solo reconocerlo sino además, relacionarlo con la causa.*

*La música de intriga continúa hasta que en el segundo número 7 el tono cambia para ser el ya reconocido por los jugadores de Overwatch, es decir el intro de heroísmo e incluso empoderamiento hacia ellos.*

*En los códigos de imitación abordados anteriormente es que se tienen principios geométricos para trazar una perspectiva, un punto de fuga, como es en este caso el listón rosa de Mercy.*

*El de reconocimiento no solo tiene la regla para leer ese punto sino que además va a tener un conjunto de reglas que permitirán ver más allá, por ejemplo, la representación de la lucha contra el cáncer de mama. Esto sucede al leer ciertos rasgos, sintetizarlos y luego globalizar la lectura, es decir, se generaliza lo que se observa para proceder a poner un término semántico.*

Microsecuencia.

Tiempo: 0:08-0:09

Se muestra una jugada de la partida



**Análisis:**

*Al tiempo en el que se escucha el intro que los espectadores ya tienen en su sentido de la experiencia es que se suma otro condicionamiento que conocen: la voz de Mercy. No solo el tono en sí sino además una de sus frases más características “llegó el apoyo” instando a que ella será la heroína en la acción de salvaguardar a las mujeres que padecen esta enfermedad dentro de la campaña.*



*También se muestra una de sus jugadas de la partida más emblemáticas. Vemos como el spot refuerza aquellos hábitos interpretativos que el espectador ya tiene respecto a la heroína, ya que no es solo la jugada sino que al último segundo se puede ver en cámara lenta, mostrando la cara de Mercy con convicción y determinación.*

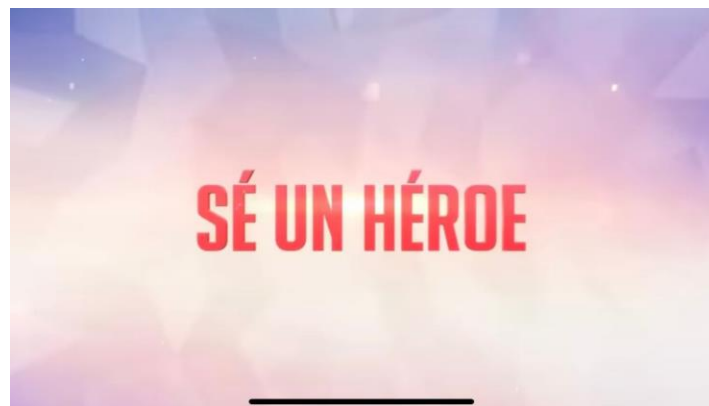
*Ahora bien, lo que se observa a continuación es una imagen fija, es decir, no ocurre una acción en sí y sin embargo el espectador puede entender que Mercy está volando, estamos entonces frente a un acto de semiosis en donde se ven segmentos de la figura y su posición en el espacio para a partir de ahí globalizar la función de acciones. Se semiotiza la imagen en un marco en donde ocurren acciones y si bien en el video si hay movimiento, si alguien toma una captura puede entenderse de esta manera.*

*El proceso se lleva a cabo por la imitación de todo lo que se ha visto y de los comportamientos sociales y dentro del videojuego es que se deduce, aunque no se esté viendo directamente.*

Microsecuencia.

Tiempo: 0:10-0:12

Mensaje: Sé un héroe



**Análisis:**

*El video no solo pretende hacer reforzamientos auditivos sino también visuales, es decir, no solo plantea la idea de heroísmo respecto a lo que el jugador ya reconoce como tal dentro del juego, sino que además, se pone textualmente, recordándole con ello al jugador lo que ya es, además de haber un mensaje implícito en la frase ya que el espectador al no aceptar esta idea de heroísmo entonces, cae en el no ser un héroe.*

*Los modelos diádicos son una noción particular del sistema de lenguaje, específicamente hablando del estructuralismo es que hay un principio de oposición, el axioma por el cual se identifica el resto del lenguaje, la connotación e idea del heroísmo.*

*El elemento de “sé un héroe” entra en función particular con otros elementos, estos pueden ser opuestos porque no tienen las mismas funciones o bien hay relaciones que no comparten, pero hay otras que sí, por ejemplo, la valentía, el reconocimiento y la idea establecida de ayudar con el fin de hacer el bien.*

*Se distinguen las funciones entre elementos, pero también se clasifican, incluso pueden ser opuestos, pero también complementarios, por ejemplo, la idea de villanismo. Un elemento depende de su posición en el sistema de una jerarquía como lo es la cultura de los héroes y si bien, el valor es un carácter arbitrario del sistema del lenguaje, podría decirse que no es una propiedad específica del elemento sino de sus relaciones con otros elementos. Implica que los términos sean solidarios entre ellos y sucede que es porque forman parte del mismo sistema.*

Microsecuencia.

Tiempo: 0:12-0:14

Segunda muestra de una jugada de la partida



*Análisis:*

*La frase anterior da pie a otra jugada de la partida de Mercy, en esta ocasión a la más heroica que tiene ya que toma su bastón, lo gira y finalmente lo planta en el suelo con fuerza mientras ella es iluminada por una luz. Además, es acompañada por una frase: “la pelea recién empieza”, es decir, junto con ella es posible comenzar a combatir al cáncer de mama.*

*Entonces, al partir de un sentido hacia los jugadores se habla de un funtivo, a lo que me refiero con una unidad relacional ya que va desde la sustancia de su contenido (que es el concepto de heroísmo) hasta la idea del mismo signo, es decir, la sustancia de la expresión (que es la materia perceptual que está constituida en el signo).*

*Dicho análisis recae en una materialización de la sustancia, cabe resaltar que esta se materializa en una determinada forma, pues debe de obedecer a relaciones reguladas por el sistema/proceso: texto, imagen, discurso, etc. Por tanto, lo que se debe analizar es el proceso para a partir de ahí inferir las reglas del sistema.*

*Los seguidores de Overwatch tienen un reconocimiento frente al valor, ayudar a los necesitados, el proceso de gestar esta idea en ellos fue construida a través de relaciones dentro del mismo juego, por supuesto que, se llega a la conclusión de*

que hay ciertas poses y aspectos que ellos reconocen como valerosas, una de ellas, es la jugada que está siendo descrita en este apartado.

Microsecuencia.

Tiempo: 0:15-0:17

Mensaje: Responde al llamado



*Análisis:*

*Justo en el momento en el que llega el tono más fuerte del intro es que se ve reflejada esta frase en la pantalla “responde al llamado”, como se mencionó anteriormente, uno de los momentos más cumbres en Overwatch es cuando Winston les pide a los héroes que respondan a su llamado, así que ahora el videojugador pasa a tener la oportunidad de ser parte de dicha comunidad de valientes personajes. Overwatch le está pidiendo que responda a su llamado y salve a alguien del mal.*

*El plano de la materia perceptual del signo, o sea el plano de la expresión o de los significantes es en donde están las unidades pertinentes que si bien, se pueden distinguir entre sí, no tienen un significado, en cambio, en el plano del contenido es en donde hay una función semántica, es decir, ya significan algo.*

*Haciendo referencia al estrato de la sustancia habla de aspectos de fenómenos extralingüísticos o extra semióticos; esta sustancia es extralingüística porque es materia perceptual, entre ellos conceptos e ideas que no están propiamente en el fenómeno de la semiosis.*

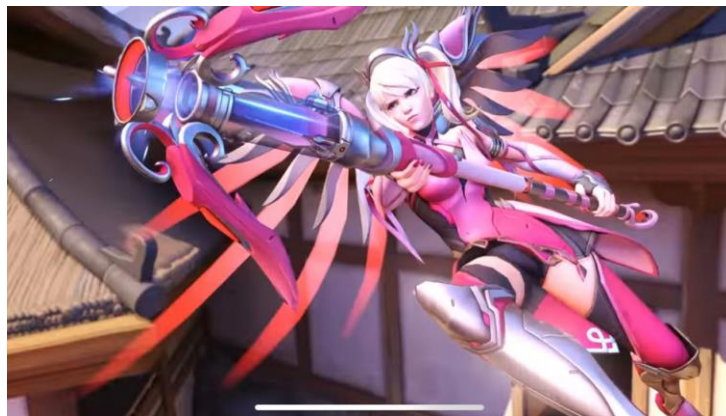
*Al momento de hacer un análisis es posible analizar el proceso, las imágenes, textos como “responde al llamado” pero no se puede hacer con las intenciones o ideas ya que no están relacionadas directamente con el proceso, por ello es que se estudian los signos, porque solo hay acceso a ellos.*

*Se debe recordar que la semiótica se basa solamente en la forma porque es el estudio de las relaciones y la materia no tiene una relación específica, se encuentra ahí pero no hay acceso tal cual. Por ejemplo, se infiere que en el texto de esta sección hay una intención y basándose en inferencias y hábitos interpretativos es posible llegar a una conclusión, sin embargo, el como lo interpreta cada jugador es inalcanzable.*

Microsecuencia.

Tiempo: 0:17-0:19

Tercera muestra de una jugada de la partida



*Análisis:*

*La tercera jugada de la partida también se ve acompañada de una frase: “en perfecta salud”, aquí se reforzaron las tres jugadas con la voz de la heroína, pero no solo en cuanto a su tonalidad sino a doc a la jugada y a la causa.*

*En esta situación, ella hace referencia a cuando cura a un personaje y entonces menciona que este tiene una salud perfecta, por ende, se infiere que Mercy va a ayudar y a dejar en perfecta salud a mujeres de la vida real.*

*Anteriormente se había hecho mención a los funtivos, cabe mencionar que hay dos de ellos a nivel prosódico o bien, de pronunciación que se abordarán a continuación, los constantes y los variables. Los primeros son aquellos cuya presencia es necesaria para otro funtivo, mientras que, los segundos se llevan a cabo cuando su presencia no es necesaria para la relación con otro de ellos.*

*Para aterrizar lo anterior procederé a poner un ejemplo en el lenguaje del español, es notorio en la “h” del alfabeto, ya que esta es constante a nivel ortográfico, al escribir “hola” es necesaria para no confundirla con, por ejemplo, la ola del mar, sin embargo, a nivel fonemático es una variable pues no es necesario hacer uso de ella para que se entienda como un saludo.*

*Entonces, la letra es variable en el español, si bien es cierto que es un funtivo constante a nivel ortográfico, este en nivel fonemático no lo es. A partir de esto hay tres niveles categoriales de relación: interdependencia de dos funtivos constantes, constelación de dos funtivos variables y determinación, a lo que me refiero con que un constante determina a un variable.*

*Cada relación va a determinarse en toda la estructura de los procesos, se puede ver a nivel de morfología de las palabras, oraciones, frases, fonética, y periodos, a su vez se encuentra en estructuras oracionales complejas: textos y párrafos.*

*En este sentido, las tonalidades del color rosa con un funtuivo constante, se ve en las imágenes, diseño de Mercy, la campaña y es necesario para poder tener un sentido estructural dentro de los mensajes preestablecidos, mientras que, los textos escritos son variables ya que la estrategia no depende meramente de cada palabra escrita sino más bien, de poder transmitir el sentir heroico que los gamers de Ovevratch ya tienen.*

Microsecuencia.

Tiempo: 0:20-0:21

Mensaje: Para encontrar una cura



*Análisis:*

*Los desarrolladores de la campaña aprovecharon la narrativa anterior para anclarla a una idea textual: para encontrar una cura, es el momento más breve del spot pues solo dura un segundo, sin embargo, es un claro anclaje a lo anterior, por lo que le da continuidad a la idea de curación.*

*No promete que con esta campaña de publicidad social se encontrará una cura, sin embargo, sí que aportará su grano de arena para que encontrarla no solo sea una ilusión, sino que sea posible.*

*En la morfología de las palabras se tiene un proceso de pronunciación que es asimilación con otros fonemas, como la m con la b, la constante en este ejemplo específico sería el combinar, ya que una se asimila a la otra, por lo que, la primera determina a la segunda en la pronunciación. Otro ejemplo es a nivel de oraciones, la interdependencia se ve con sujeto y predicado. En conclusión, cada relación va a determinarse en la estructura de los procesos.*

*En una estructura oracional bimembre, es decir, es una estructura oracional que admite sujeto y predicado, el núcleo del sujeto y el núcleo del predicado son interdependientes, son dos constantes. Ya no es la palabra la que hace un sentido, más bien es la frase y si se analiza todo un discurso entonces se verá que las reiteraciones semánticas se vuelven constantes a borde de él.*

*En el texto de este apartado se observan tres niveles: procesos, palabras, frases y periodos. En palabras en tanto a materia visual, son unidades sin significado, pero cuando el signo obtiene un contenido entonces se forman ideas o conceptos: por ejemplo, la casa como un hogar o un lugar habitable.*

*En la forma de la expresión se tienen unidades sin significado, hay puntos, líneas, colores, brillo, posiciones espaciales y planos, mientras que, en la forma del contenido hay unidades con significado, figuras que son unidades visuales que a través de códigos de reconocimiento y de imitación se pueden sustituir por unidades semánticas.*

*Las comunidades han adoptado unidades visuales para sustituirlas por unidades semánticas que es básicamente todo lo que conocemos: casa, figuras, señales, etc. Diciendo que a todo fenómeno social le subyace una estructura y lo que toca ver en el análisis semiótico son a los elementos que conforman esa estructura, por supuesto que a través de categorías.*



*La campaña de Mercy Rosa obedece a estructuras de esta índole y les da un orden textual y aunque no se puede ver el fenómeno en totalidad si partes de su espacialidad. Esto es posible gracias a una lógica visual ya codificada que refiere a unidades que no tienen significado. Por otro lado, se tiene una figurativa semiótica en la categoría ya que son formantes figurativos dotados de significados que construyen signos/objetos a partir de lo visual.*

*Las palabras “para”, “encontrar”, “una”, “cura”, no significan nada en su esencia misma, pero cobran relevancia por las experiencias pasadas y se conoce que la frase completa refiere a una búsqueda para un bien mayor. Esto aunando al contexto de la historia de Mercy hace que se cree de más sentido para el gamer y que entonces, se vea en la tentación de sumarse.*

Microsecuencia.

Tiempo: 0:22-0:27

Muestra de Mercy corriendo hacia su compañera Pharah.



*Análisis:*

*Mercy comienza a vislumbrar algo y corre hacia allá, pero además al momento de emprender el vuelo se escucha el sonido exclusivo de la skin, mostrando un plus más de adquirir el traje.*

*En este punto se ve un claro ejemplo de traducción o intertextualidad, es decir, cuando se pasa de un texto a otro, se leen los cambios del entorno y a partir del modelo.*

*Es un nivel de composición y diseño que tiene una referencia conceptual porque alude a una codificación visual. Se transgrede el marco visual de referencia original respecto a la valentía de la heroína sino ahora al correr hacia algo, se cambian unidades visuales originales pero que reposicionan a los elementos cercanos a algo del fenómeno que está a punto de ocurrir.*

*Hay modelos visuales que ya están codificados dentro de la cultura gamer seguidora de Overwatch, por ejemplo, que cuando Mercy corre para emprender un vuelo es porque probablemente un aliado está a punto de aparecer y en el siguiente cuadrante se podrá ver con más claridad.*

Microsecuencia.

Tiempo: 0:28-0:29

Cuarta muestra de una jugada de la partida



*Análisis:*

*Es interesante el hecho de que los desarrolladores optaran por meter a Pharah en una campaña de Mercy. En el juego, los gamers crearon un concepto llamado*

*“Phamercy”, si bien, una de las finalidades de la heroína principal es potenciar, lo cierto es, que Pharah depende en gran medida de ella, es uno de los dúos más característicos de Overwatch y tienden a hacer destrucción a su paso.*

*El haber puesto esa dualidad dentro de la campaña para mostrar el sonido de Mercy fue para que el espectador pudiera tener más referendos dentro del spot, ya que si bien no se ve en plano central a la acompañante de la healer, cualquier persona que juegue Overwatch puede reconocer esos destellos azules.*

*Al terminar ese recorrido se ve la última jugada de la partida del spot en la que al finalizarla, se ve un mensaje escrito que se describirá a continuación.*

*En semiótica hay dos tipos de sujeto, el primero es el sintáctico que refiere a que algo dentro del plano está viendo algo, en este caso, Mercy observa a Pharah, es en ese momento que el espectador asume la posición del sujeto sintáctico para tomar su lugar, para poder percibir lo que Mercy ve, para proceder a volverse un sujeto semiótico.*

*El sujeto semiótico se entiende como un mirar en donde ya se observa que constituye temas y figuras, se entiende que los destellos azules son los propulsores de Pharah.*

*Hay una doble identidad del personaje entendiéndose que no puede haber un sujeto semiótico sin antes haber un sujeto sintáctico ya que este es quien ve la operación en primera instancia para poder convertirla en ese algo que observa en objetos semióticos.*

*Se llevó a cabo un proceso de conmutación por cero, la cual consiste en cambiar o sustituir imaginariamente un elemento y a partir de ahí observar si se cambia el significado del signo y objeto.*

*Si se identifica un elemento y se sustituye, pero no cambia la función significativa entonces es un elemento variable, pero si se sustituye y cambia el sentido entonces es un elemento constante. Mientras que los elementos plásticos son constitucionales ya que forman una parte visual y constitucional.*

*La topología va a decir la disposición espacial de los elementos figurativos y a partir de ellos y de la forma de la expresión o bien, de la semiótica plástica es que se pueden construir elementos de la forma del contenido o semiótica figurativa.*

*El elemento de Pharah es un elemento variable en tanto que, si se cambiara por otro héroe perdería el sentido y la emoción de lo que el dúo implica para el videojuego, sin embargo, es constante en el sentido de la campaña en general, ya que el hecho de que ella no esté ahí no afecta de manera en la que Mercy pierda relevancia. Así que dependiendo de la estructura es que el personaje puede ser variable o constante.*

Microsecuencia.

Tiempo: 0:30-0:36

Fecha hasta la que estará disponible



Análisis:

*En el momento en el que Mercy hace la jugada de la partida esta se desplaza a un lado de la pantalla para dejar ver la información de la skin. Se puede notar en primera instancia el logo de la asociación, después el de Overwatch y por supuesto que en primer plano la fecha en la que dicho traje estará disponible.*

*Así como en los ejemplos anteriores, aquí también se escucha una frase de Mercy: “brindar ayuda a los necesitados es su propia recompensa” aludiendo a que no necesitan algo más que la satisfacción de brindarle apoyo a alguien que los está requiriendo en ese momento.*

*Este spot no alude al hecho de que los receptores del mensaje compren la skin por ser exclusiva, con un diseño atractivo o por ganar algo en el juego, sino que más bien interiorizan el mensaje, dándole a ellos la oportunidad de hacer en la vida real lo que están jugando.*

*Es un modelo interiorizado y estabilizado que al ser confrontado con el producto de la percepción se encuentra como producto de base del proceso cognitivo. Para que el signo pueda mostrar algo del mundo necesita estar mediado por un tipo que permite ese proceso de relación cognitiva, en este caso, el ayudar sin recibir algo a cambio ya que al hacerlo se obtiene su “propia recompensa”.*

*Por otra parte, los signos visuales establecen una relación de analogía con los tipos, no con las cosas u objetos, esto a partir de semejanzas de cualidades es que se ven relaciones parecidas.*

*Tomando en cuenta lo anterior se concluye que el entorno condiciona con el como se interpretan los signos. Los textos son multimodales, por lo que no todos los interpretantes acceden a ello y, por tanto, al no ser un intérprete directo no se verán las relaciones del parecido.*

*Por ejemplo, los entrevistados que comentaron que al estar la campaña activa ellos eran nuevos en el videojuego, se lamentan hoy de no haber adquirido tan valiosa skin, sin embargo, en ese momento no les hacía sentido el signo de ayuda, de valor o heroísmo. A pesar de ya ser gamers de Overwatch, aún no eran interpretantes de la historia y de las relaciones que se sostienen en ella, por lo que la campaña no significo realmente algo para ellos en ese momento.*

<p><u>Supersecuencia:</u> Tiempo: 0:00-0:36</p>	<p>El spot consta de mostrar en primera instancia el diseño de la nueva skin de la protagonista: Mercy Rosa.</p> <p>Se muestran 4 jugadas de la partida acompañadas de la voz de la heroína y alternadas con frases que invitan a los jugadores a sumarse a la causa.</p> <p>Hay una aparición de Pharah, fiel compañera de Mercy en el juego para finalmente mostrar la fecha en la que estará disponible la campaña de publicidad social.</p>
-----------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Se desglosará a los actantes inmersos en el spot 1, para que con ello pueda verse más claramente el rol que desencadenaron en el discurso, cabe mencionar que estos pueden tener más de una denominación.

Mercy Rosa Spot 1	
Agresor	El cáncer de mama
Donante	Gamer

Auxiliar	Mercy
Acompañante	Desarrolladores
Héroe	Gamer

El agresor o en este caso, villano es el mismo cáncer de mama ya que es quien está atacando a las mujeres que padecen esta enfermedad y es a quien se pretende combatir por medio de la campaña de Mercy Rosa.

El gamer por otra parte, cumple con dos funciones. La de donante en tanto que es él quien va a proporcionar el medio económico para que la ayuda sea posible y por ello también tiene el papel de héroe, se le permite tener ese reconocimiento por medio de salvar o ayudar a salvar a alguien.

El auxiliar es Mercy ya que es su imagen y campaña quien llevará a cabo el simbolismo dentro de lo emergente. Por medio de ella es que se va a ayudar a este grupo vulnerable, aunque ella por sí misma no haga alguna acción.

Los desarrolladores, por otra parte, tienen la función de acompañante ya que en el proceso son quienes están solicitando la ayuda, pero también son el puente por el que el héroe pasará para poder llegar a la causalidad final. Lo acompaña sin ser necesariamente quien hace el acto heroico en su sentido más puro.

#### 4.4 Análisis semiótico del segundo spot


Se procederá a hacer el análisis del Spot 2:

##### *Campaña de Mercy Rosa*

<b>Categoría</b>	<b>Mercy Rosa</b>
Sustancia	Mercy
Cantidad	3 spots
Cualidad	Identidad
Relación	Lugar del que proviene con los seguidores de Blizzard
Acción	Conmover
Pasión	Sanación

Tiempo	Segundo spot: 1:04 minutos
Situación	Heroína de apoyo

Análisis semiótico del Spot #2 de la campaña de Mercy Rosa:

Mercy Rosa Spot 2	
Microsecuencia. Tiempo: 0:00-0:01	Se muestra el logotipo de Overwatch
	
<p><i>Análisis:</i></p> <p><i>En el segundo en el que se hace hincapié en el logo no hay ningún sonido, y este adquiere una forma hacia el centro de modo que en el siguiente plano predomine Mercy Rosa.</i></p> <p><i>Esta es la forma en la que el público puede percibir a Overwatch pero de una forma parecida a un insight, es decir, de manera en la que se recuerde algo que ya conocen y no de forma intrusiva o protagonista.</i></p> <p><i>Los signos funcionan por reglas, ya que la semiótica consta de códigos y cómo es que estos interpretan algo de la realidad, lo que permite unificar la diversidad de la percepción. Implica operaciones de identificación para ver analogías y reglas</i></p>	



*de reconocimiento y referencia que permiten establecer relaciones con objetos que se representan en el texto semiótico, un logotipo que, aunque sale brevemente, el interpretante reconocerá por su contexto dentro del entorno por el que está rodeado.*

Microsecuencia.

Mercy de forma heroica

Tiempo: 0:00-0:04



*Análisis:*

*La pose elegida para introducir el spot número 2 es de una heroína con condicionantes que la comunidad infiere como heroica, entre ellas una postura firme, las alas extendidas, el pecho de fuera y la mirada penetrante.*

*Aunque igualmente es breve, trae un mensaje que a vista de un jugador de Overwatch recae en importancia: actualización del desarrollador. Jeff Kaplan es un personaje que gracias a las redes sociodigitales se ha colocado en la mente de los gamers del videojuego planteado en este trabajo de investigación.*

*El dar un mensaje con la cara de un personaje verídico que la comunidad identifica hace que se requiera prestar atención, esto aunado a que se ven las siglas de la asociación y se menciona que la skin es de caridad. Es un mensaje*

*corto, pero claro y conciso que genera que el público se interese por lo que se dirá en los próximos minutos.*

Microsecuencia.

Tiempo:0:05-0:11

Explicación de la gravedad de la enfermedad



*Análisis:*

*De manera muy concreta, Jeff explica que el cáncer de mama es el más común entre las mujeres, no es necesario que aborde en qué consiste o qué efectos tiene ya que la campaña está centrada en hacer que el gamer recuerde su sentido de heroísmo para con los personajes del juego, sin en cambio, no para informar y educar, no es necesario abordar en ello sino más bien, mencionarlo.*

*Cuando se habla de un interpretante (condición de posibilidad del signo) no se habla de un sujeto empírico, se refiere a una comunidad y no necesariamente a una individualidad.*

*Diferente del intérprete, ya que él si es el sujeto empírico que interpreta el signo, pero él está afuera del signo y el interpretante por otra parte, se encuentra dentro, es entonces cuando se entiende que un signo puede constituirse como tal sí y solo sí traza a sus posibles interpretantes.*

*Esta campaña se centró en una comunidad que mayoritariamente está conformada por hombres, por lo que, no contraerán la enfermedad, además, se habla de un público joven que está dentro de los seguidores de Overwatch principalmente para distraerse o divertirse en momentos.*

*Por ello, es que no es necesario ser muy explicativo respecto a las consecuencias del cáncer de mama, sin embargo, la comunidad, al no ser interpretantes de la causa necesitan un contexto para a partir de ahí anclarlo con lo que ellos ya reconocen dentro de Mercy y dentro del juego. Jeff Kaplan pretende volverlos interpretantes de primer nivel para poder empatizar con lo que dirá.*

Microsecuencia.

Tiempo:0:12-0:19

En el equipo ha habido casos



*Análisis:*

*Al mencionar que el equipo ha tenido amigas y familiares que han padecido la enfermedad, lo que se busca es crear un lazo, una conexión de empatía en donde sugiere que algunos miembros han visto de cerca el cómo ataca la enfermedad. Este mensaje entonces, va dirigido para aquellos jugadores que también lo han visto de cerca ya que con ello se hace una alianza de solidaridad.*

*Respecto a los niveles del signo, la primeridad solo es la percepción de las cualidades, la pura posibilidad ya que todavía no se relaciona algo perceptual con otro objeto de la misma índole o inclusive conceptual.*

*La segundidad es el nivel de relación en donde se ven acciones, pero también reacciones, aquí se encuentra esa unidad perceptual con una variación y es que se va a relacionar con otra unidad.*

*Por su parte, la terceridad es el interpretante, es la ley de pensamiento puesto que se genera una interpretación como una respuesta a la comprensión del signo, es decir, se tiene el término “enfermedad” que después se relaciona con las mujeres vulnerables frente a la enfermedad para finalmente tener una interpretación de que este es dañino y entonces generar empatía frente a la campaña.*

Microsecuencia.

Tiempo:0:20-0:26

Fundación asociada



*Análisis:*

*Sin dar mucha explicación ni mencionar el nombre de la asociación, comenta que decidieron hacer la campaña para intentar hacer una diferencia y por ello es que se aliaron con la Fundación de Investigación.*

*No es explicativo, por lo que hasta ahora se van viendo un cuadro de breve información que corresponde a explicar el cáncer de mama, después uno de empatía respecto a que algunos miembros lo han visto de cerca, ahora menciona a la Fundación así que vemos un patrón en donde no pretende agobiar con dotes de educar al espectador, pero tampoco que la solidaridad sea forzada o un mero discurso de ello, ya que no estaría sustentado ni atraparía a las personas.*

*La semiótica dentro de los tres niveles que se ha explicado a lo largo de este análisis tiene la tarea de construir y mostrar el objeto, poner los fundamentos ya que es el modo en el que se desarrolla el ser y la sustancia.*

*A nivel epistemológico se corresponde con abducción, deducción e inducción y a nivel semiótico que es lo correspondiente con la primeridad que es el representamen, la segundidad entendida como el objeto y la terceridad que es el interpretante.*

*Al hablar de la ley de pensamiento se hace referencia a una posibilidad del signo de generar interpretaciones, o, dicho de otra manera, se habla de una semiosis. En el momento en el que se menciona a la asociación le da la posibilidad al interpretante de poder abordar más por su cuenta o bien, de reconocer que la alianza se llevó a cabo con una organización seria y formal que está dedicada a la investigación contra la lucha del cáncer.*

Microsecuencia.

Tiempo: 0:27-0:33

Mercy como símbolo



*Análisis:*

*Hace un recordatorio de la importancia de Mercy dentro del videojuego, con ello recalca que ella es un símbolo de sanación y ayuda a otros, dando a entender que por esa razón es por la que decidieron tomar a este personaje para representar la causa.*

*Los sujetos entrevistados mencionaron que creían que Mercy era el símbolo por excelencia de cura dentro del juego, esto es relevante ya que este personaje no es el más hábil o el que cura más, pero se ha posicionado de forma en la que los jugadores no solo le tienen aprecio, sino que además representa el cuidar de otros dentro de Overwatch.*

*Tomando en cuenta que los discursos son polisémicos, o sea que cada discurso plantea una plataforma multinivel en donde hay diferentes modos y sentidos que se van transversalizando es que se puede trazar un conjunto de interpretantes. Puesto que, no todos los intérpretes acceden a ello, es decir, hay ocasiones en donde algunos de ellos no tienen acceso o bien, no les resulta relevante.*

*Cada nivel textual propone diferentes interpretantes, ya que los textos tienen que ver con cómo se representan ciertos significados asociados a una alta cultura que es más bien un nivel contextual. Por ello es que se le recuerda al receptor del*

*mensaje lo que Mercy significa, puede que haya algunos que no lo tengan presente así que es necesario reconocer que ella es un símbolo de sanación y ayuda.*

Microsecuencia.

Tiempo: 0:34-0:45

Explicación de la skin



*Análisis:*

*Da el nombre de la nueva skin y la fecha hasta la que estará disponible, no sin antes recalcar que esta es completamente en beneficio de BCRF. Cabe recalcar que la skin fue tan exclusiva que aún hasta la fecha (2022) no ha sido posible adquirirla de ninguna manera.*

*Algunos gamers mencionan que se arrepienten de no haberla adquirido ya que, en la actualidad, cuando se ve a alguien dentro del juego con ese traje recuerda que esa persona ayudó en su momento, es decir, obtiene un reconocimiento por parte de sus compañeros de equipo e incluso enemigos dentro del juego. La skin sigue siendo predominante aún después de haber concluido la campaña.*

Microsecuencia.

Tiempo: 0:46-0:57

Se muestra una jugada de la partida



*Análisis:*

*En el spot número dos, no hay sonido de fondo mientras Jeff habla, su tono es sensible, en momentos triste e incluso lleno de preocupación. Al explicar que es la BCRF su tono es un poco más rígido, refuerza que es un organismo privado de investigación contra el cáncer de mama, pero también reitera que con esta campaña pretenden marcar una diferencia.*

*El gamer en este punto empieza a asociar un discurso que ya conocía anteriormente, el de Winston, si bien la gente dejó de confiar en ellos al punto de marginarlos, continuaron haciendo lo correcto, ayudando a personas que los necesitaban.*

*Es aquí cuando el receptor del mensaje se encuentra en esa toma de decisiones que a pesar de ser en su mayoría un público que no obtendrá la enfermedad (por ser masculina), se le da la oportunidad de tener un acto heroico frente a una sociedad que quizá en alguna ocasión lo ha marginado.*

*El éxito de un texto, signo u objeto depende de la capacidad que tiene de tener diferentes niveles de interpretantes, que sea accesible a distintos niveles de intérpretes y no solo a su ideal, es más bien una multiplicidad del significado*



*Si en el primer momento de lectura no se es intérprete de esos interpretantes no quiere decir que en los momentos 2, 3 o 4 sea el mismo caso, ya que es un proceso temporal y en cada uno van cambiando tanto los intérpretes como los interpretantes.*

*Un signo representa un objeto, en este caso Mercy Rosa y entonces se genera un interpretante en un primer nivel temporal. Es el signo que representa ese objeto en un segundo nivel temporal el que genera otro interpretante, acontece de que la semiosis es un proceso progresivo, el conocimiento va ampliándose.*

*Si bien la campaña está dirigida a videojugadores, ellos pueden enseñarle esta misma a amigos, familia o bien, personas de su círculo, por ello es necesario reconocer y dar información exacta y concreta que la población en general pueda entender, aún sin ser gamer.*

Microsecuencia.

Tiempo: 0:58-1:06

Mensaje: Sé un héroe



*Análisis:*

*Lo anterior lo menciona Jeff en una línea “sabemos lo emprendedora e inspiradora que puede ser la comunidad gamer y nos gustaría que te sumaras a esta iniciativa”. Recordando no solo el valor que se tiene dentro de los videojuegos sino además lo alentador que puede ser.*

*Una vez más se hace un llamado a la comunidad, no sin antes, comentar que los videojugadores son una comunidad que brinda ayuda y que inspira. Se hace uso de la transtextualidad para poder llegar al entorno ya conocido de quien está escuchando el mensaje.*

*El lenguaje corporal en este punto también es vital ya que como se ve, las manos están en una posición que culturalmente se entiende como petición, le está pidiendo a las personas que brinden su grano de arena, alentando y motivando con ello a la acción.*

Microsecuencia.

Tiempo: 1:07-1:18

Beneficios extra



Análisis:

*Deja en claro que el diseño estará disponible hasta el 21 de mayo, pero que además, habrá una camiseta rosa disponible a beneficio de BCRF, en esta parte no muestra la camiseta, ni en imagen, ni en físico y tampoco menciona el precio, modelo o diseño de ella.*

*Ya que lo relevante para que el mensaje institucional y textual funcione es llegar a los sentimientos de la persona receptora del mensaje, no son datos funcionales ni de trascendencia ya que el gamer que decida comprar la camiseta debe de ser movido por la acción de ayudar y no en sí, por un beneficio propio, puesto que, eso le restaría valor a lo heroico.*

*Un proceso de semiosis es el resultado de codificaciones anteriores, ninguna es auténtica u originaria. Todo texto es resultado de códigos anteriores de otros procesos comunicativos. Aquí la escritura no solo es lingüística es icónica y trata de visibilizar estructuras simbólicas, por medio del director Jeff Kaplan, la secularización de la semiótica es vital mediante el diseño de la visualidad y es por ello que en el video no solo se encuentra la figura de autoridad sino se acompaña de subtítulos que tiene procesos de interfaces mediante códigos ya conocidos por la comunidad.*

Microsecuencia.

Tiempo: 1:19-1:31

Transmisiones de caridad



*Análisis:*

*La campaña está basada en que el videojugador sea la persona que da, sin embargo, también tendrá un bonus además de la satisfacción y de la skin. Esto ocurre al momento de ver las transmisiones en vivo de los streamers que se sumaron a la causa.*

*Al ver sus streams el jugador desbloquea en su cuenta los sprays que pueden verse una sección antes de este trabajo, además de íconos que mostrarán que ayudó a la causa. Esta es una opción para la parte de los seguidores de Overwatch que por una u otra razón no adquirieron la skin, pero si desbloquearon de manera gratuita estos beneficios, apoyando a los canales y, por tanto, a la lucha contra el cáncer de mama.*

*Hay tres niveles de interpretante que pueden ocurrir mediante los beneficios de la campaña:*

*Inmediato: Entendiéndolo como el significado del signo o concepto del signo, tal y como se revela en la comprensión de este, por lo que genera en el intérprete un significado. El concepto que quiere transmitir en este caso, es que si se ven los videos entonces se obtendrá una recompensa.*

*Dinámico: Está en el intérprete y es el efecto real que el signo determina en tanto el signo o bien, es la posibilidad de generar nuevos significados. Si el jugador ve el stream no solo obtendrá algo para él sino que además podrá descubrir a nuevos canales recomendados y apoyados por el videojuego.*

*Final: Ocurre cuando hay un hábito interpretativo, esas interpretaciones se han codificado de manera que una comunidad lo ha constituido como el modo de interpretar el mundo. El signo de "ayuda" se relaciona a sí mismo en tanto*

*relacionado con su objeto, es decir, Mercy. Y, por supuesto que cuando ocurre la relación entre signo y objeto entonces ya es una lectura codificada, el jugador entiende que al ver los videos estará apoyando a la campaña de publicidad social a pesar de no comprar la skin.*

Microsecuencia.

Llamado a héroes

Tiempo: 1:32-1:39



*Análisis:*

*Hay un mensaje intrínseco en esta parte, ya que no se pide directamente y sin embargo, los jugadores comentan que de todo el discurso fue aquí cuando sintieron un impacto.*

*Overwatch tiene un slogan dentro de los gamers y es que el mundo necesita héroes, en sí, la narrativa y el lore están basados en esa frase, sin importar nada hacer lo correcto hacia la población. Y entonces llega una persona que puede ser vista como líder a plantear la idea de Winston “ayudemos”, esta parte desencadenó que personas que no juegan a dicha heroína o se sienten identificados con la causa compraran la skin.*

*Es un claro ejemplo de como es que todo texto simultáneamente genera interpretantes inmediatos y dinámicos ya que cuando se describe la situación visual en donde se interpreta el campo de batalla es una asignación conceptual del interpretante inmediato, es el significado de ese signo visual.*

*La pregunta del lector podría ser el cómo es posible llegar a ello y esto es porque responde a las codificaciones visuales de manera en la que lugares, empresas o industrias como es el caso de Hollywood ha diseñado visualmente, es decir, el campo de batalla ya está predeterminado por códigos anteriores.*

*Mientras que lo dinámico es el modo en el que el interprete reinterpreta al interpretante inmediato: en este caso no son personas en totalidad, hay primates, animales, robots, humanos alterados y en su mayoría tienen superpoderes. Mismas acciones que generan adrenalina en el jugador porque no se ven todas las lecturas al mismo tiempo, sino que se ven nuevos elementos.*

*Mientras tu héroe está generando actos heroicos hay otros que, simultáneamente los están generando, sin embargo, dichos actos pueden contribuir o bien, empobrecer tu propia táctica, es por ello que no solo es lo que se juega sino observar la manera en como otros lo están haciendo.*

*El interpretante dinámico entonces depende del intérprete porque este es quien le da un sentido de efecto real, comportamiento específico mediante la relación particular que hace el intérprete y por ello es que la interpretación es cambiante y polisémica pero también es dinámica.*

*Cabe resaltar que no es un proceso finalista ya que cuando es significado ya está codificado o inmediato, hay primeridad, segundidad y terceridad. Una vez que se llega a ese último punto lleva a una nueva primeridad. El interpretante inmediato es el resultado de un interpretante final anterior por ello es que de un campo de*

*batalla convencionalizado, es posible crear uno en donde hay alteraciones y a pesar de ello, tener éxito en un colectivo.*

Microsecuencia.

Tiempo: 1:39-1:39

Logo apareciendo brevemente



*Análisis:*

*El mensaje termina dando un agradecimiento infiriendo entonces que los jugadores actuarán en pro de la campaña. Así como al inicio se ve reflejado el logo de Overwatch pero sin tomar protagonismo por mucho tiempo, solo es un segundo y pasa a mostrar a Mercy.*

*Se codifica esa visualidad a partir de los hábitos interpretativos y agregando dinámica y simultáneamente nuevos contenidos que es el sonido característico de Overwatch, para así darle más emoción al receptor. Que además tiene que ver con las ideas preestablecidas de lo que significa el logo.*

*Por ello es que se agregan elementos visuales y de narrativas porque con ello hay nuevos y varios sentidos, a ello me refiero con que son multinivel, porque proponen varios significados, pero también varios intérpretes.*

<p>Microsecuencia. Tiempo: 1:40-1:49</p>	<p>Pose heroica de Mercy</p>
<div data-bbox="328 411 1292 856" data-label="Image"> </div>	
<p><i>Análisis:</i></p> <p><i>El segundo spot termina cola misma pose con la que se incrustó a Mercy al inicio de este, es su postura más valerosa, entendiéndose como una preparación para el acto que se hará con su imagen.</i></p> <p><i>En el videojuego los héroes son fácilmente reconocibles gracias a su posición corporal: el pecho de fuera, erguidos, brazos hacia atrás y mirada determinada. Un país que se ha encargado de preestablecer ese tipo de poses es precisamente, Estados Unidos, han construido una visualidad del héroe comercial. Pero esto se puede ver incluso desde las fotografías de guerras, en ese momento se ven las unidades culturales que se han impreso y continúan imprimiéndose.</i></p>	
<p>Supersecuencia.</p>	<p>El director de la compañía, Jeff Kaplan da un mensaje para los videojugadores.</p>



	<p>El discurso consiste en pedir ayuda para la suma de los donativos para combatir al cáncer de mama.</p> <p>Se explica que el dinero se le dará a la BCRF, asociación dedicada a la investigación de esta enfermedad.</p> <p>Contiene algunos elementos como la adquisición de una camiseta y las vistas de streams, todo a favor de la causa.</p> <p>El director termina mencionando que el mundo necesita héroes, frase característica del juego para cerrar con una pose heroica de Mercy.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Descripción de elementos del spot 2:

Mercy Rosa Spot 2	
Agresor	Cáncer de mama
Donante	Gamer
Auxiliar	Jeff Kaplan
Acompañante	Mercy y streamers
Héroe	Gamer

En este video el agresor es el cáncer de mama ya que es quien está infligiendo daño a una persona o en este caso, a personas inocentes y vulnerables. Si bien no es un ente físico si es algo que se pretende combatir para librar a la sociedad o, más concretamente disminuir el daño que le hace a las mujeres.

El donante es el propio jugador ya es de él de quien saldrá la solución para llevar a cabo dicha pelea. En el momento en el que toma la decisión de comprar la skin, ver los streams o darle difusión a la campaña está actuando en pro de salvaguardar la acción de heroísmo.

El primer caso en donde se ve una diferencia con el spot uno es con el auxiliar, ya que es Jeff Kaplan quien le está ofreciendo una solución a su comunidad, si bien, son ellos de quienes dependerá, es él quien indica de qué manera es posible reducir al agresor, de esta manera, ayudando a cumplir la misión.

El segundo caso en donde se ve una diferenciación es en el sector de acompañante, que en esta ocasión son acompañantes. Mercy, por una parte acompaña al héroe dando su imagen y su esencia frente al acto heroico que va a realizarse, por otro lado, los streamers que se sumaron a la causa también aportan un acompañamiento mediante el cual, por medio de ellos es que se dará visibilidad a la campaña y además ofrecen una recompensa: los íconos y sprays.


Por último, se encuentra el héroe que por supuesto, es el protagonista principal de esta estrategia y no solo de manera discreta, sino que la campaña está diseñada de forma en la que se lo hacen saber en cada sección. Desde darle breves explicaciones de lo que se hará para que no actúe desde la completa desinformación, hasta el hacerle ver que es indispensable para que la meta sea posible ya que, sin él, no será un logro.

#### 4.5 Análisis semiótico del tercer spot

<b>Categoría</b>	<b>Mercy Rosa</b>
Sustancia	Mercy
Cantidad	3 spots
Cualidad	Identidad
Relación	Lugar del que proviene con los seguidores de Blizzard
Acción	Representar
Pasión	Sanación
Tiempo	Tercer spot: 0:31 segundos

Situación	Heroína de apoyo
-----------	------------------

A continuación, se desglosará el análisis semiótico del tercer spot de la campaña, este fue lanzado una vez que concluyó la estrategia, es decir, a manera de agradecimiento para todas aquellas personas que se sumaron y también muestran evidencias de los logros resultantes de dichas acciones:

Mercy Rosa Spot 3	
Microsecuencia. Tiempo: 0:00-0:03	Jugada de la partida de Mercy
	
<p><i>Análisis:</i></p> <p><i>Desde el primer segundo suena el intro de Overwatch y se puede ver a la protagonista de la campaña haciendo una de sus jugadas de la partida, la cual, tiende a denotar un sentido de triunfo, valor y gloria. En cuanto esta se termina aparece un texto gratificante que se verá en el siguiente recuadro.</i></p> <p><i>Lo que ocurre en las historias del videojuego es que al héroe se le ve como protagonista la mayoría de las veces, pero al enemigo solo se le ve caer, es decir, no está temporalizado narrativamente, mientras que el otro si lo está. Por</i></p>	

*supuesto que una vez que se narrativizan los textos, se le da la posibilidad al intérprete de generar interpretantes y estos en relación con los objetos crean a algunos específicos. En esta situación, mencionaré a tres sucesos ocurridos con tres de ellos.*

*Tomando en cuenta que el interpretante emocional es aquel sentimiento vinculado a una percepción del mundo, en este caso de un universo ficticio pero que a su vez tiene referentes de la realidad, es que puede comprenderse el por qué ciertos tonos de musicalidad, de poses, vestuarios y acciones dentro de este espacio le dan un sentido al interpretante.*

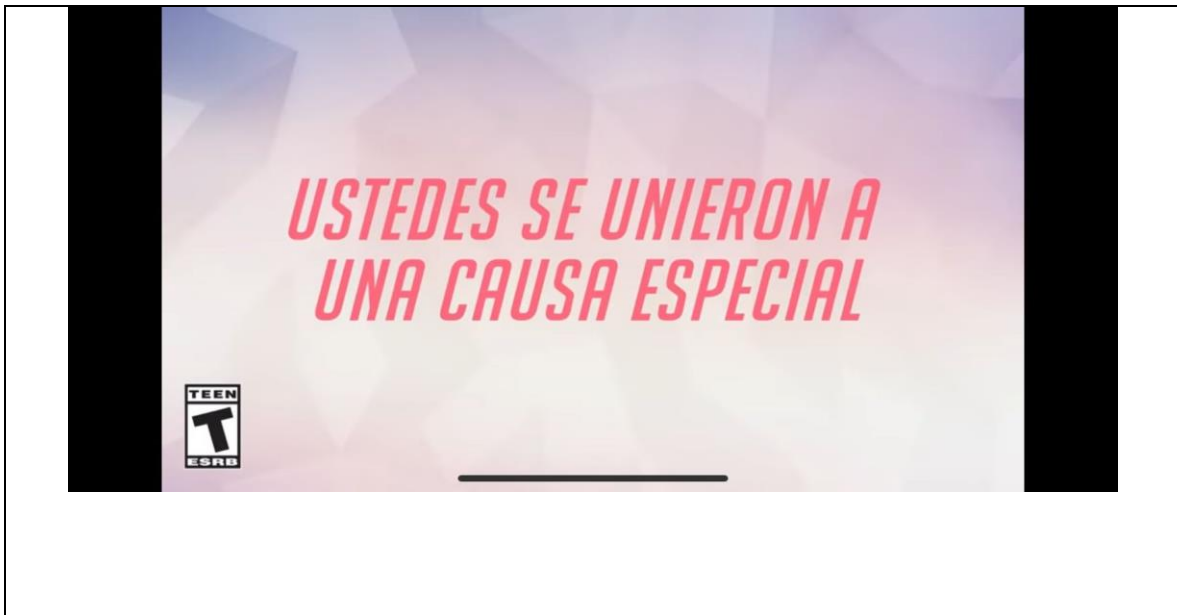
*El interpretante energético es entendido como la reacción frente al sentimiento que fue generado por la percepción. En la campaña, es aquí cuando comienza a haber un cierto grado de empatía hacia la causa y que se van reconociendo patrones contextuales respecto a ella.*

*El tercer interpretante es lógico y es porque todo el proceso hará que él genere un concepto o un pensamiento relacionado con lo anterior, por ejemplo, que el cáncer de mama es una enfermedad mortal, por ende, es un mal que acuña a la sociedad y por tanto se debe de hacer algo para destruirlo, disminuirlo o quizá donar para una investigación hecha por expertos en el área.*

Microsecuencia.

Tiempo: 0:04-0:05

Texto emotivo



*Análisis:*

*Aparece en la pantalla un texto acompañado de un sonido en donde el volumen e intensidad fueron aumentados “ustedes se unieron a una causa especial”. Con dichas palabras, se va preparando al receptor para recibir una gratificación y reconocimiento por las acciones que decidió realizar.*

*Cabe destacar que las letras, así como el fondo son utilizados mayoritariamente por tonalidades rosa para que así el jugador pueda asociarlo con lo que ya conoce y los mensajes que ha visto a través de que la campaña fue lanzada.*

*Según los entrevistados este spot causó cierta emoción en ellos y esto es porque se propone un interpretante emocional en la música, en el momento en el que se sube y baja de tonalidad es porque hay un proceso episódico, por lo que se recurre a interpretantes lógicos que identifican a los héroes y entonces se agregan los instrumentos que ellos ya conocen.*

*El espectador por medio del interpretante lógico espera a que el estribillo termine. A partir de estos dos se genera un interpretante energético y entonces el*

*espectador brinca, aplaude, llora o bien, tiene una reacción energética, incluyendo la satisfacción.*

*Lo anterior se ve sustentado en que hay un signo que representa a un objeto inmediato o significado, entonces el intérprete agrega nuevos sentidos que generan nuevos significados y se genera otro proceso hasta llegar al interpretante final, aquél que ayudó y ahora tiene su recompensa: es un héroe.*

*Cabe resaltar que hay diferentes interpretantes inmediatos, uno de ellos es el hecho de que los desarrolladores tomaran la decisión de poner el fondo musical, pero hay otras connotaciones que aluden al nivel de interpretante inmediato, por ejemplo, se le agrega un interpretante emocional, la voz de Mercy para dar paso al interpretante lógico.*

Microsecuencia.

Tiempo: 0:06-0:09

Segunda jugada de la partida de Mercy



*Análisis:*

*En el momento en el que Mercy aparece haciendo su segunda jugada de la partida se le es incrustada la frase de: llegó el apoyo. Misma que fue utilizada en el primer spot, dando a entender que efectivamente, el apoyo llegó.*

*Un claro ejemplo de interpretante, de una unidad de significado ya que es intencional y está codificado por la comunidad gamer mediante un sistema de signos que tienen que ver con la ayuda, compañerismo, valentía y por supuesto que, con hacer el bien, por ello es que se identifica con un sistema de connotaciones y denotaciones de una expresión.*

*Si bien, el interpretante es una unidad cultural en tanto transmite diversos significados, también busca mostrar esas unidades o marcas que van a construir otra unidad cultural. Esto no es exclusivo de Overwatch ya que cada sistema de lenguaje aporta dichas unidades semánticas para poder solidificar su culturalidad.*

*Una vez que esas marcas se identifican como elementos perceptuales dentro del texto es que se permite identificar a las unidades en cuanto a un análisis semiótico. El elemento perceptual presente es a la heroína volando para apoyar a un compañero, esto lo sabe el jugador por las experiencias vividas al momento de jugar, por ello es que para los gamers nuevos o quienes no tienen esto en su referencia, la campaña no fue efectiva del todo, porque para descomponer el texto se necesita observar la cultura dentro del mismo.*

*En este punto puede que el significado de unidad cultural que se está tomando en este trabajo de tesis no esté del todo claro, así que basándome en ello refiero a esto como un término de entidad abstracta que si bien, es necesariamente el resultado de una convención también lo entiendo como un conjunto de elementos que la sociedad o más concretamente, la comunidad gamer pone en relación con dicho término. Por tanto, se construye el significado global del signo como un conjunto de significados que sobretodo remite a los verbales.*

Microsecuencia.

Reconocimiento hacia el jugador

Tiempo: 0:10-0:12



*Análisis:*

*Lo anterior se ve reflejado en esta frase, por ello es que el donador recibe en primera instancia las palabras de Mercy para que después sean los desarrolladores del videojuego quienes lo confirman. El hecho de mencionar que el apoyo recibido fue inspirador conlleva a una carga de un trabajo bien hecho y no solo eso sino también admirable. Dando a entender que los héroes de Overwatch hicieron una gran labor.*

*La música comienza a acelerarse creando ya no una expectativa hacia algo que dirán sino más bien hacia algo que ya ocurrió y de lo que se quiere ver el resultado.*

*Lo que hay en medio de este modelo es el destinatario, pues asiste a dos procesos, por un lado, al de la construcción del texto y lo que está implicando para él y por el otro al proceso de interpretación de ese texto ya que es un interpretante. No solo son palabras aisladas que, a lo mejor, para alguien de otra comunidad no*



*cobrarían sentido, sino que recurre a las relaciones experimentadas anteriormente para entonces pasar a codificarlo.*

Microsecuencia.

Monto juntado con la campaña

Tiempo: 0:13-0:16



*Análisis:*

*El sonido que comenzó a acelerarse en la sección anterior, va más rápido en este punto. Se muestra el monto conseguido, sin embargo, el mensaje no cuenta a nadie más que a los jugadores ya que no refiere a un “juntos, conseguimos” sino más bien, “consiguieron” nuevamente dándole todo el reconocimiento a aquellos que aportaron a la causa.*

*El interpretante es una condición de posibilidad del texto, una propiedad del signo y texto semiótico, más no es un sujeto empírico, así es que al momento de lanzar la cifra no es que se piense en algo por sí mismo sino más bien, en un interpretante, aquella persona que donó para denotar un grado de transparencia.*

*Necesariamente, cada vez que se diseña un texto semiótico o discurso se necesita proponer un lector ideal, un interpretante que se debe de asumir para*

*que asista a ciertos niveles de interpretación. Por eso el destinatario está inmerso en el proceso de construcción del texto, porque es un procedimiento que el autor del texto necesariamente realiza. Probablemente, alguien que no supo de la campaña no entenderá el sentido o por el contrario puede que lo haga pero que no sea de su interés. Se necesita que las reglas que proponen sean entendibles para su lector ideal.*

*Hay un modelo de dispersión porque sobre la base de considerar un lector ideal o interpretante final hay diferentes condiciones que considerar, dice que variables debes considerar para que tu diseño de lector ideal sea efectivo y así el proceso de comunicación también lo sea.*

*En el momento de producir el texto los desarrolladores tuvieron que hacer presuposiciones de quien iba a ver el mensaje, pero también de aquellos que no los van a leer. En primera instancia se considera a los códigos privados y los puntos ideológicos del emisor, es entonces cuando se utilizan las codificaciones del lenguaje, en este caso “healer”, “sanación”, “dps”, “héroe”, etc.*

*Cabe aclarar que en todo momento habrá una ambigüedad porque el pensamiento jamás corresponderá totalmente con el sistema de lenguaje, ya que estos son insuficientes para expresar en todo momento lo que se planea y en el momento en el que ocurre en la expresión, también la hay en el contenido, por ello es que se plantea el ser directos y concisos para poder ser lo más entendibles posibles: “juntos consiguieron \$12, 703, 828 USD”.*

Microsecuencia.

Tiempo: 0:17-0:23

La asociación aplaudiendo



*Análisis:*

*La música rápida se detiene y entonces suena el intro de Overwatch un poco más fuerte. No hay protagonismo por parte de los directores del videojuego ya que ninguno de ellos se encuentra en ese espacio. Le dieron el lugar a la asociación y por supuesto un espacio a la heroína que fue la portavoz de la campaña: Mercy Rosa.*

*El aparato, que infiero, es un dron se desplaza hacia el cielo mostrando el plano y los aplausos en una línea recta. Mismos aplausos que son, por supuesto, para los gamers que contribuyeron hacia la investigación del cáncer de mama. Los sujetos que, así como en el videojuego, ayudaron a un bien común.*

*Este es un mensaje como fuente de información a pesar de no tener algo escrito, ya que de todo el cúmulo que se lanzó y que el sujeto formó como parte de su entorno, entonces utiliza el código de heroísmo para decodificar lo que significó.*

*Si bien puede haber informaciones sensoriales, olfativas, visuales y verbales aquí se asiste a toda una serie de ellas que constituyen las experiencias diarias y a lo que guían esas suposiciones son los subcódigos, esto ocurre en el momento en*

*el que se usan códigos para reducir la información y que, por supuesto, pase a ser comunicable.*

*Si se recuerda el término de unidad cultural abordado anteriormente, aquí también tiene cabida ya que es una especificación del código, pero a partir de un subcódigo. Se ve todo el tiempo en relación con la cotidianidad.*

*Por ejemplo, si hay un código como es el caso de la vestimenta, este dicta que se debe de estar vestido en un espacio público, pero el subcódigo dice como debes hacerlo en distintos espacios sociales (religiosos, escolares, de ocio, etc.). Una vez que los mensajes son contruidos, se aporta información para el diseño de una estrategia. Así como en este caso la idea de que el héroe salva a quien lo necesita fue empleado.*

*El código tiene una tendencia a ser un tanto más estático, pero los subcódigos son cambiantes, aunque el concepto de heroísmo está presente, en alguna ocasión se pueden agregar nuevos referentes a la skin pero aun representando al cáncer de mama. El estudio debe de ser en el diseño del texto y después en la difusión de este, ya que el sentido se construye presuponiendo quien va a interpretarlo.*

Microsecuencia.

Tiempo: 0:24-0:26

Mensaje de agradecimiento



*GRACIAS, HÉROES*

*Análisis:*

*Aparece un “gracias, héroes” mientras que hay un destello en el sonido, connotando con ello al mensaje de destacar a los videojugadores como héroes, mostrar que trascendieron de lo que juegan a su vida cotidiana.*

*En el momento en el que el destinatario recibe el mensaje, también lo hace con subcódigos en relación con sus propios códigos para poder codificarlo y después interpretarlo, cada quien tendrá sus propias connotaciones particulares.*

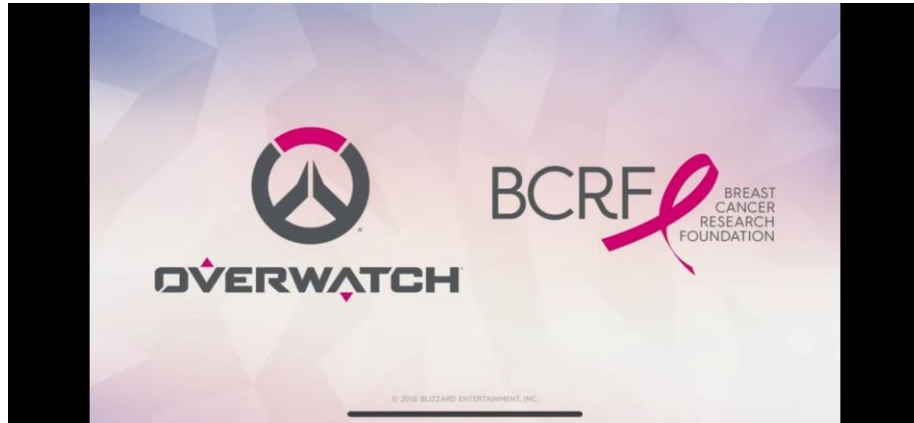
*Y si bien, los subcódigos pueden especificar a otros subcódigos la cooperación interpretativa de los desarrolladores y el lector entran en una relación en donde el segundo acepta las reglas que el primero determinó hacia el contenido para a partir de eso proponer un acuerdo entre ellos.*

*No para todos los gamers la idea de héroe es la misma, así que se deja el agradecimiento hacia ellos en son de que cada uno pueda darle el significado que tiene en su psique, tomando como referencia que ayudaron a alguien y que gracias a ellos, se contribuyó a una causa social.*

Microsecuencia.

Tiempo: 0:27-0:31

Logotipos de las empresas involucradas



*Análisis:*

*Por último, se muestran brevemente ambos logos, pero en esta ocasión el de Overwatch tiene una singularidad y es que se los tonos amarillos se cambiaron a rosas, mostrándose así aliado de la causa.*

*El primer logo se sustenta en la experiencia y en los hábitos interpretativos y si bien tiene una variación en el color este es relacionado con el cáncer de mama, es decir, los jugadores tendrán una hipótesis específica del fenómeno por medio de la experiencia detonara en un concepto.*

*Después de la hipótesis se lanza una posible explicación basándose en los patrones y regularidades que permitirán sacar un juicio, esa posible conclusión deductiva: Overwatch fue aliado de la lucha contra el cáncer de mama. La deducción se sustenta en deducciones anteriores y da cabida para deducciones posteriores.*

Supersecuencia.

	<p>En primer plano se muestra una de las jugadas de Mercy, seguido de un texto emotivo que denota hacia una causa especial.</p> <p>Hay una segunda jugada inmersa pero en esta ocasión acompañada de la voz de Mercy: “llegó el apoyo”, misma que se ve reforzada por el siguiente mensaje que recalca que el apoyo de los gamers fue inspirador.</p> <p>Se muestra la suma total recaudada: \$12,703,828 USD, para después pasar a darle un espacio a los miembros de la asociación, que, se encuentran aplaudiéndole al público que donó.</p> <p>Seguido de eso hay también una gratificación por parte de Overwatch con un mensaje concreto: gracias, héroes.</p> <p>Finalmente, se ven el logo del videojuego y de la asociación, aunque el primero cambio sus tonos amarillos a rosas para estar a doc con la causa.</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Análisis de los involucrados en el tercer spot:

Mercy Rosa Spot 3	
Agresor	Cáncer de mama
Donante	Gamer
Auxiliar	Mercy
Acompañante	Asociados de BCRF y Blizzard
Héroe	Gamer

El agresor es el cáncer de mama. Si bien la campaña no estaba enfocada en eliminar de la Tierra a dicho villano, si estaba planteada en la investigación para su reducción y posible tratamiento para evitar sufrimiento en las mujeres que lo padecen.

El donante es el gamer ya que fue él quien adquirió la skin, difundió la campaña de publicidad social, visitó a los streamers o bien, habló del tema, así que si la estrategia fue posible se debió a la colaboración de la comunidad afín a los videojuegos.

El auxiliar vuelve a ser Mercy en este spot, porque es el puente por el que fue posible la campaña, diferente a que sus acciones lo hayan llevado a ello sino que ella se volvió el símbolo para poder combatir el cáncer de mama, por supuesto que hablando en términos de la comunidad gamer jugadora del videojuego Overwatch. Auxilió al héroe para mediante ella, poder llevar sanación del juego a la vida real.

En esta ocasión también hay dos acompañantes, por un lado, los asociados de BCRF ya que, aunque ellos son quienes recibieron el donativo, dan un reconocimiento en forma de aplauso para los donantes, aprobando que hicieron lo correcto. Por otro lado, se encuentran los desarrolladores de Blizzard, si bien, en este spot no toman protagonismo directo si dan su aprobación para todos aquellos que contribuyeron y por ende, acompañaron en ese proceso, observándolos.

Por último, se encuentra el héroe que, como en toda la campaña se hizo visible es el gamer. Sin su toma de decisiones, de adquisición y difusión, nada habría sido



posible. Recibieron la honra por sus acciones no esperando algo material o que pudiesen usar sino la aprobación de la comunidad, que hasta la fecha, continua dentro de los jugadores, trascendieron por sus actos heroicos y eso, es algo que a quienes adquirieron la skin continua impactándoles.

Siguiendo el análisis del discurso y de la semántica de los términos asociados al proceso ritualizado de lo que significa ser un héroe se observa que los significantes de los spots en su mayoría tienen relación con el mundo simbólico de lo heroico que se ve reflejado en libros, películas y en la industria cultural en general, o bien sólo es posible mediante la apropiación de estos.

Cada modelo se deriva de una teoría, es el resultado de diagramar los conceptos. No es la teoría en totalidad, ya que esta sirve para condicionar un tipo de observación, por lo que hay una función heurística (de descubrimiento), es decir, se permite pensar desde algún lugar, pensar de maneras distintas conforme a lo que ya se conoce como heroísmo.

## Conclusiones

La semiosis es un proceso recursivo, abierto, dinámico e infinito. No tiene principio porque surge de la inferencia de algo que sucedió, por tanto, se tienen codificadas las experiencias anteriores que se corresponden con el concepto de heroísmo. Esto tiene que ver con los hábitos interpretativos ya que la percepción está condicionada a dicho término, el ser humano no tiene experiencias puras, siempre hay intuiciones ya condicionadas por lo que se ha vivido.

Sin embargo, se tiene que tener en cuenta que hay algo del fenómeno que modifica dichos hábitos y esto a su vez, cambia la percepción del receptor ya que accede a cierto material de la experiencia para crear nuevos hábitos, o sea, una regularidad de la observación.

En algunos momentos de este trabajo, al momento de mencionar que la campaña abordada en mi tema de tesis es sobre el cáncer de mama, la reacción del oyente fue que seguramente esta iba dirigida a mujeres, ya que precisamente lo recurrente es que sean informativas y dirigidas al público afligido, pero en este caso, fue hacia los gamers tomando de forma cuidadosa lo que ya conocían para así poder tener una participación constante dentro de la misma campaña.

Ahora bien, los signos empleados en la campaña no son arbitrarios, sino que también hay algo empírico que los constituye como es el caso de tomar el color rosa para representar la causa y que con ayuda de ellos códigos es que se construye, a partir de una codificación cultural y social.

El fin de este tipo de mensajes es poder sintetizar la experiencia y así si todas las causas se cumplen, entonces la esencia o sustancia se vuelve una existencia, el concepto de valentía se infiere en un jugador para que pase a ser parte de él y de su cultura dentro y fuera del juego.

Si bien, la categoría es el modo en el que el sujeto observa o determina la sustancia para darle existencia y materializarla, cabe resaltar que es el pensamiento el que surge de signos intersubjetivos que ya están conformados por otros signos, en donde el vestuario hace un sentido por los elementos que pone mientras que, a su vez se acompaña de musicalización y frases que el receptor interpreta son de Mercy.

Las cualidades de la campaña de publicidad social enfocada en Mercy Rosa son contrastadas por una analogía a través de fenómenos que han ocurrido en otros procesos no solo contextuales sino temporales también, desde el dónde se remontan los íconos abordados hasta la idea de heroísmo que como se mencionó en el trabajo viene incluso de las guerras de lo considerado como “mundo real”.

Retomando la idea de las alteraciones que hay en el campo de batalla cabe resaltar que si todas las cualidad no tuvieran correspondencia entonces habría un refutamiento frente a conocimientos anteriores, sin embargo, en el caso de Overwatch no es así sino que más bien son transformados, no se cambia la idea de la lucha sino que más bien, ampliaron el conocimiento para poder introducir a nuevas especies, nuevas habilidades y claro que distintas estrategias, lo conocido como relaciones de alteridad en donde hay algo que se altera de lo ya conocido y aunque no corresponde con lo determinado no es irreconocible.

Los videojuegos entonces enuncian leyes de pensamiento, porque construyen símbolos con conceptos y palabras em donde le da a la información la oportunidad de señalar un objeto de referencia, uniendo una primeridad con la terceridad, es algo ya convencionalizado por medio de prácticas ya codificadas.

La relación del signo con la imagen representada en Mercy es una estructura perceptual, entendiéndola como una operación cognitiva en donde se seleccionan aspectos visuales de acuerdo con un sistema de expectativas y suposiciones: ella es una heroína en el rango de healer que está ayudando en el plano territorial de la

cotidianidad, hay por tanto, un nivel de funcionamiento icónico en cuanto a semejanza, ya que rasgos contextuales como lo son el ayudar a alguien inocente se ven inmersos en códigos de visualidad estandarizados para representarlo.

Los elementos como la skin refuerzan la imagen iconográfica que se construyó desde el diálogo del directo, esto para contextualizar el contenido comunicativo y el índice a nivel gestual de los indicadores de comportamientos que mostraron pasiones y emociones. La función simbólica de interpretación se vinculó en son del espectador con el objeto simbolizado mediante códigos culturales predeterminados, el ser héroes.

En la estrategia se utilizaron los símbolos visuales y los símbolos sonoros. Los primeros son recursos que permiten la representación del personaje, es decir, se recurren a los códigos de percepción y también a los culturales para representar lo codificado universalmente. Mientras que, los segundos resignifican y refuerzan el sentido de las acciones.

## Referencias

- Alvarado López Cruz (2003). *La Publicidad Social: concepto, objeto y objetivos*: 266.
- Atenco Saucedo, Alexis Ituriel (2019). *Los videojuegos en la sociedad*. Creencias y beneficios.
- Buren, Rubén (2017) *Guión de videojuegos*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Concepto-Definición (Última edición: 16 de marzo del 2021). Definición de Gamer. Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/gamer/>. Consultado el 10 de julio del 2022
- Corbal, José Antonio (2018). *Estética en videojuegos*. Paracuellos de Jarama, Madrid: Ra-Ma.
- Correa Sánchez, Giuseppe Alexander (2018). *Impacto de la mercadotecnia en el consumo de videojuegos en México*.
- Floch Jean-Marie (1993) *Semiótica, marketing y comunicación: bajo los signos y las estrategias*. Barcelona: Paidós
- Genette, Gérard (1989). *Palimpsestos: la literatura en segundo grado*. Taurus. pp. 9-10.
- Greimas. A. J. (1971) *Semántica estructural*. Investigación metodológica Madrid, Gredos.
- Greimas. A. J. *El esquema actancial explicado*. Disponible en: [https://lookaside.fbsbx.com/file/Greimas\\_modelo\\_actancial.pdf?token=AWy rz0ZuLD9JfeeEL9DicvRimiQ8r2wQZnqy N7 iKv7lQg TIT61PPeqF2ygQAq](https://lookaside.fbsbx.com/file/Greimas_modelo_actancial.pdf?token=AWy rz0ZuLD9JfeeEL9DicvRimiQ8r2wQZnqy N7 iKv7lQg TIT61PPeqF2ygQAq)

sAwO6bi2PYIgcyt79hQnAcr7rEsxtm\_QeXB\_O6n7L9ktiPghRO7mRoAvozXM2Rc5WR5nMtMqM0dUmdytrwVoM0A4

- Greimas.1987.Semántica estructural, Investigación metodológica. Madrid: Editorial Gredos.
- Greimas. A. J. El esquema actancial explicado. Disponible en: [https://lookaside.fbsbx.com/file/Greimas\\_modelo\\_actancial.pdf?token=AWyrrz0ZuLD9JfeeEL9DicvRimiQ8r2wQZnqy\\_N7\\_iKv7IQg\\_TIT61PPeqF2ygQAqsAwO6bi2PYIgcyt79hQnAcr7rEsxtm\\_QeXB\\_O6n7L9ktiPghRO7mRoAvozXM2Rc5WR5nMtMqM0dUmdytrwVoM0A4](https://lookaside.fbsbx.com/file/Greimas_modelo_actancial.pdf?token=AWyrrz0ZuLD9JfeeEL9DicvRimiQ8r2wQZnqy_N7_iKv7IQg_TIT61PPeqF2ygQAqsAwO6bi2PYIgcyt79hQnAcr7rEsxtm_QeXB_O6n7L9ktiPghRO7mRoAvozXM2Rc5WR5nMtMqM0dUmdytrwVoM0A4)
- Greimas. A. J .Semántica estructural. Investigación metodológica Madrid, Gredos, 1971
- González Becerril, Axel Alejandro (2017). *Comunicación de la ciencia en videojuegos: evolución y juegos serios.*
- Gutiérrez Delgado, Ruth. (2012) EL PROTAGONISTA Y EL HÉROE: DEFINICIÓN Y ANÁLISIS POÉTICO DE LA ACCIÓN DRAMÁTICA Y DE LA CUALIDAD DE LO HEROICO Ámbitos, núm. 21, pp. 43-62 Universidad de Sevilla Sevilla, España
- Hjelmslev, Louis. (1971) *Prolegómenos a una Teoría del Lenguaje.* Madrid, Gredos.
- Huguet Rodríguez, Joge (2012). *Videojuegos y marketing.* Madrid: Wolters Kluwer, España.
- Kotler y Roberto (1992). Marketing Social. Madrid: Díaz de Santos (Edición original de 1989. Social Marketing. Strategies for Changing Public Behavior. New York: The Free Press).

- Kotler y Roberto (1992). Marketing social: estrategias para cambiar la conducta pública. México: Díaz de Santos.
- Leguizamo Romero, Hans (2018) *Hermenéutica profunda aplicada al estudio de los videojuegos*.
- Martínez Cantudo, Ricardo, (2015). *La Generación que cambió la historia del videojuego*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Montagnana, Vincent (2008). *Videojuegos: una nueva forma de cultura*. Barcelona: Manontropo.
- Overwatch LatAm (2018) [SÉ UN HÉROE] Mercy Rosa | Apoya a la BCRF | Overwatch. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=TCW8F6WZ210>
- Overwatch LatAm (2018) Gracias, héroes | Resumen de la campaña solidaria Mercy Rosa | Overwatch. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=XBGwzuZMtow>
- Overwatch LatAm (2018) Actualización de los desarrolladores | Evento de caridad de Mercy Rosa | Overwatch. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=OhzTeZZseBo>
- Overwatch (versión 1) [Software]. (2016) Estados Unidos de América: Blizzard Entertainment.
- Peirce, Charles. 1973. La ciencia de la semiótica. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Pérez Julián y Gardey Ana. Publicado: 2009. Actualizado: 2013. Definicion.de: Definición de narración (<https://definicion.de/narracion/>)

- Pérez Julián y Merino María. Publicado: 2014. Actualizado: 2021. Definicion.de: Definición de sistema de órganos (<https://definicion.de/sistema-de-organos/>)
- -Pérez Julián y Gardey Ana. Publicado: 2009. Actualizado: 2021. Definicion.de: Definición de héroe (<https://definicion.de/heroe/>).
- Ruiz Dávila, María (2010) *Aprendiendo con videojuegos: jugar es pensar dos veces*. Madrid: Ministerio de Educación: Narcea Ediciones.
- Sanz Elena (S.F), *Los videojuegos estimulan la creatividad*. Muy interesante. Disponible en: <https://www.muyinteresante.es/tecnologia/articulo/los-videojuegos-estimulan-la-creatividad>
- Saussure. (1945). *Curso de lingüística general (24ª edición)*. Buenos aires: L O S A D A.
- Saussure, Ferdinand (2016). *Curso de lingüística general*. Ciudad de México: Editorial Fontamara.
- Spina Fabián (2011), *Videojuegos: mucho más que jugar*. Esfinge. Disponible en: <https://www.revistaesfinge.com/sociedad/sociologia/item/759-58videojuegos-mucho-mas-que-jugar>
- Tejeiro Salguero Ricardo (S.F), *Efectos psicosociales en videojuegos*. Universidad de Málaga. Disponible en: [http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n7/articulos/a16\\_Efectos\\_psicosociales\\_de\\_los\\_videojuegos.pdf](http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n7/articulos/a16_Efectos_psicosociales_de_los_videojuegos.pdf)
- Torras Virgili, Eulàlia (2013). *Aprender con juegos digitales: El uso educativo de los videojuegos y los juegos en línea*. Saarbrücken: Editorial Publicia.
- Velázquez Mondragón, Daniel Irving (2019) *Microtransacciones en los videojuegos y sus modelos de negocios*.