



**UNIVERSIDAD DE
MANIZALES**

**CULTURA DE CONSUMO DE VIDEOJUEGOS EN ADOLESCENTES ENTRE 12
Y 17 AÑOS DE NIVEL SOCIO ECONÓMICO MEDIO DE LA CIUDAD DE
MEDELLÍN**

**CULTURE OF VIDEO GAME CONSUMPTION IN ADOLESCENTS BETWEEN 12- AND 17-YEARS OLD OF THE
MIDDLE SOCIAL ECONOMIC LEVEL OF THE CITY OF MEDELLÍN**

HILARY STHEFANNY ZAPATA ECHAVARRÍA

ASESORA

OLGA LUCIA GARCIA CANO

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

UNIVERSIDAD DE MANIZALES

MANIZALES, CALDAS.

2.022



Contenido

Índice de tablas	5
Índice de figuras	6
1. Introducción	7
1.1 Planteamiento del problema	8
1.1.1 Contexto del problema	8
1.2 Justificación de la investigación	16
1.3 Pregunta de investigación.	19
1.4 Objetivos de investigación	19
1.4.1 Objetivo general	19
1.4.2 Objetivos específicos	19
2. Referentes teóricos	20
2.1. La cultura	21
2.1.1 La cultura de consumo	25
2.2 Dimensiones de la cultura	26
2.2.1 Valores	26
2.2.2 Creencias	28
2.2.3 Costumbres	30
2.2.4 Representaciones mentales	31
2.2.5 Comportamiento	32
3 Teoría adaptada a la investigación	34
3.1 Teoría de la cultura de consumo (CCT)	34



3.1.1 En qué consiste la teoría de consumo (CCT)	34
3.2 Hipótesis	34
4. Metodología de la investigación	35
4.1 Proceso Metodológico	35
4.1.1 Investigación cualitativa	35
4.1.2 La etnografía	38
4.1.3 Métodos etnográficos	39
4.2 Diseño muestral	39
4.3 Instrumento para recolección de datos	42
4.4 Construcción del instrumento para recolectar los datos	42
4.5 Método para analizar los datos	44
5. Análisis de las creencias	48
5.1 Creencias asociadas con la interacción social	49
5.2 Creencias asociadas con la aceptación social	51
5.3 Creencias asociadas con la auto realización	52
6. Análisis de las costumbres	53
6.1 Costumbres asociadas con la interacción social	54
6.2 Costumbres asociadas con la aceptación social	55
6.3 Costumbres asociadas con la auto realización	56
7. Análisis de las representaciones mentales	58
7.1 Representaciones mentales asociadas con la interacción social	59
7.2 Representaciones mentales asociadas con la aceptación social	59



7.3 Representaciones mentales asociadas con la auto realización	60
8. Análisis de los valores	61
8.1 Valores asociadas con la interacción social	62
8.2 Valores asociadas con la aceptación social	62
8.3 Valores asociadas con la auto realización	63
9. Discusión	65
9.1 Propuesta de tipologías	68
10. Conclusiones	70
11. Recomendaciones	72
12. Bibliografía	73
13. Anexos	79
Anexo no. 1: guía general de entrevista	79
Anexo no. 2: Entrevista 1	81
Anexo no. 3: Entrevista grupal (2 y 3)	84
Anexo no. 4: Entrevista 4	91
Anexo no. 5: Entrevista 5	96
Anexo no. 6: Entrevista 6	102
Anexo no. 7: Material fotográfico	107
Anexo 8: Tabla 15: Matriz de análisis de entrevista #1 Codificación Abierta	108
Anexo 9: Tabla 16: Matriz de análisis de entrevista #2 Codificación Abierta	110
Anexo 10: Tabla 17: Matriz de análisis de entrevista #3 Codificación Abierta	112
Anexo 11: Tabla 18: Matriz de análisis de entrevista #4 Codificación Abierta	114



Anexo 12: Tabla 19: Matriz de análisis de entrevista #5 Codificación Abierta	117
Anexo 13: Tabla 20: Matriz de análisis de entrevista #6 Codificación Abierta	120

Índice de tablas

Tabla 1: Evolución de los videojuegos	9
Tabla 2: Tipologías de los videojuegos.....	10
Tabla 3: Quiénes son los video jugadores	12
Tabla 4: Categorías de videojuegos	14
Tabla 5: Asignación de ESRB Rating Data en 2019.....	15
Tabla 6: La cultura en diferentes perspectivas	23
Tabla 7: Fases de selección muestral	40
Tabla 8: Muestra de informantes para entrevista	41
Tabla 9: Ficha de preguntas para informantes	43
Tabla 10: Matriz de análisis de entrevistas consolidada Dimensiones de la Cultura.....	45
Tabla 11: Asociación de las creencias encontradas en la investigación	49
Tabla 12: Asociación de las costumbres encontradas en la investigación	53
Tabla 13: Asociación de las representaciones mentales encontradas en la investigación ...	58
Tabla 14: Asociación de los valores encontradas en la investigación.....	61
Tabla 15: Tipologías de adolescentes de Medellín, según la cultura de consumo de videojuegos.....	68
Anexo 8: Tabla 16: Matriz de análisis de entrevista #1 Codificación Abierta	108
Anexo 9: Tabla 17: Matriz de análisis de entrevista #2 Codificación Abierta	110
Anexo 10: Tabla 18: Matriz de análisis de entrevista #3 Codificación Abierta	112
Anexo 11: Tabla 19: Matriz de análisis de entrevista #4 Codificación Abierta	114
Anexo 12: Tabla 20: Matriz de análisis de entrevista #5 Codificación Abierta	117



Anexo 13: Tabla 21: Matriz de análisis de entrevista #6 Codificación Abierta120

Índice de figuras

Figura 1: Ingresos generados por contenido de videojuegos.12
Figura 2: Cantidad de video jugadores globales.16
Figura 3: Pirámide de Maslow.67
Figura 4: Lugar de juego informante número 6107
Figura 5: Jugadores de videojuegos adolescentes profesionales.....107
Figura 6: Jugadores de videojuegos adolescentes tipo “jugador aficionado”108



1. Introducción

Este trabajo tiene por propósito Identificar la cultura de consumo de los usuarios de videojuegos de adolescentes entre 12 y 17. Caso jóvenes de nivel socioeconómico medio de la ciudad de Medellín, para esto es requerido tener claridad de los conceptos cultura, cultura de consumo, creencias, valores, costumbres y representaciones mentales.

La cultura es una construcción mental y aprendida de la que se desprenden conocimientos y comportamientos; es un proceso en el que se manifiestan creencias, valores y costumbres. Giménez (1982) afirma que *“la cultura así concebida se adquiere mediante el aprendizaje entendido en un sentido amplio (no sólo como educación formal, sino también como asuefacción inconsciente)”* (p.7), como resultado de esta construcción se definen conductas de consumo y representaciones mentales.

El consumo según N.G. Canclini (1999) es un *“conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos”* (p.34); el consumo se distingue por ser un intercambio en el que priman las preferencias para lograr la satisfacción de un deseo o necesidad, en medio de dicha acción se empiezan a forjar representaciones frente a lo que consumimos o el motivo para hacerlo, ya sea por la idea de felicidad, hedonismo o entretenimiento.

El videojuego de acuerdo a Moncada J.J. & Chacón A.Y. (2012) *“es un programa informático en el que el usuario o jugador mantiene una interacción a través de imágenes que aparecen en un dispositivo que posee una pantalla que puede variar de tamaño. Como todo juego, posee reglas y un sistema de recompensa, de manera que existe un estímulo implícito para intentar ganar.”* (p.44) el consumo de estos dispositivos ha permitido nuevas formas de aprendizaje, socialización, interacción y entretenimiento, lo que permite que exista representaciones sociales acerca de su consumo.



1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Contexto del problema

La cultura de consumo es un término que ha tomado fuerza en los últimos años, ésta se encuentra en constante evolución, pues implica significaciones y experiencias diferentes para cada consumidor debido a que cada uno tiene diversos entornos culturales, Zamora J.A. (2012) afirma que *“el consumo significa hoy mucho más que la compra de determinados productos. Representa una relación específica con nosotros mismos y con nuestro mundo. Se ha convertido en nuestra religión, en lo que funda nuestra identidad y en nuestra moral. Transforma e incluso empieza a sustituir la política, la esfera pública y las relaciones sociales.”* (p.1). De acuerdo a lo anterior, el consumo de videojuegos impacta de forma transversal a quienes lo consumen, en este caso adolescentes, quienes en esta etapa de su vida atraviesan por cambios físicos, sexuales, cognitivos, sociales, emocionales y culturales, por lo que se genera una apertura a la obtención de nueva información y aprendizaje.

El comportamiento del consumidor, sus preferencias y motivaciones también se han transformado, se ha convertido en uno informado, dispuesto a satisfacer no sólo necesidades básicas sino también sus deseos, por lo que el mercado hoy debe proponer ofertas de valor que seduzcan al consumidor en diferentes esferas de su vida, una de estas es el entretenimiento, por este motivo la presente investigación se centrará en conocer la cultura de consumo de adolescentes entre 12 y 17 años en el área metropolitana de Medellín, en la categoría de videojuegos.

Para Bourdieu (1998), el consumo es una práctica cultural a través de la cual se pueden expresar similitudes, diferencias y distinciones sociales, teniendo en cuenta lo anterior, en el consumo de videojuegos se forman comunidades para formar identidades colectivas, de acuerdo a Sedeño A. (2010) *“poseen una dimensión emocional y socioafectiva, de*



dinamización de las relaciones en grupo y el trabajo colaborativo” (p.185), es decir, que el proceso de consumir videojuegos puede lograr convertirse en un ritual cuyos participantes generan conexiones emocionales y mentales las cuales eventualmente aportaran en el desarrollo de su personalidad.

Las representaciones que se manifiestan a través del uso frecuente de los videojuegos permiten al consumidor crear su identidad, Munita (2007, como se citó en Neme, S., & Rodríguez-González, L, 2013) el consumo simbólico de productos apenas funcionales, se tornan en objetos de representación cuyo fin no es satisfacer una necesidad primaria, sino una necesidad social de identificación con un grupo particular, se le conoce como consumo identitario; la formación o desarrollo de la identidad es un proceso dinámico y cambiante en el cual los adolescentes tienden a consolidarla de acuerdo a aquello a lo que le confieren un valor importante dentro de su vida.

El consumo de videojuegos ha pasado por una evolución histórica en la que ha evolucionado el contenido de los videojuegos, la percepción sobre los mismos y la forma en que se consumen, de acuerdo a Lafrance J.P. (2003) las etapas más significativas son las siguientes:

Tabla 1: Evolución de los videojuegos

Periodos	Característica
(1965-1975) Los hijos de la generación Atari	El único mercado que se concebía era el de salones recreativos.
(1975-1985) La batalla por el mercado doméstico	Se inicia la revolución microinformática, se desarrollan videojuegos domésticos y se experimentan cambios en marketing, grafismo y estética.
(1985-1995) La era de	Nace la nueva generación de desarrolladores de software, se



- los gigantes Nintendo y Sega** da una concentración de empresas y especialización del hardware, se define un nuevo público de consumidores (entre 8 y 18 años de edad) y existen 4 categorías de videojuegos.
- (1998) Multimedia y juegos de red** Los juegos interactivos dieron paso al multimedia interactivo, el juego se compra en CD o DVD y se consultan en la página web correspondientes, se organizan torneos soporte técnico y tiendas en línea.

Fuente: elaboración propia basada en Lafrance J.P. (2003) El juego interactivo: el primer medio de masas de la era electrónica.

La evolución de los videojuegos también representa la evolución del perfil psicográfico del consumidor y sus deseos, esto debido a que el estilo de vida cambia y evoluciona conforme las propuestas de consumo exigen y posibilitan nuevas formas de accionar, de acuerdo a esto Lafrance J.P. (2003) propone tipologías de juegos desde diferentes perspectivas:

Tabla 2: Tipologías de los videojuegos

En función de/del	Característica
Soporte	<ul style="list-style-type: none">- Consola- Ordenador- CD/DVD- A través de internet- Móvil, antenas o redes cableadas
Ubicación	<ul style="list-style-type: none">- Juegos de salones recreativos- Juegos domésticos
Contenido	<ul style="list-style-type: none">- Juegos de aventura, juegos de rol, simulación, juegos de conducción, juegos de acción, juegos de sociedad,



juegos educativos, juegos en red, juegos de guerra y juegos financieros.

Edad

- Juegos para niños
- Juegos para adolescentes
- Juegos para adultos

Objetivo final

- Juegos con final o cerrados (*finite games*)
- Juegos abiertos (*infinite games*)

Fuente: elaboración propia basada en Lafrance J.P. (2003) El juego interactivo: el primer medio de masas de la era electrónica.

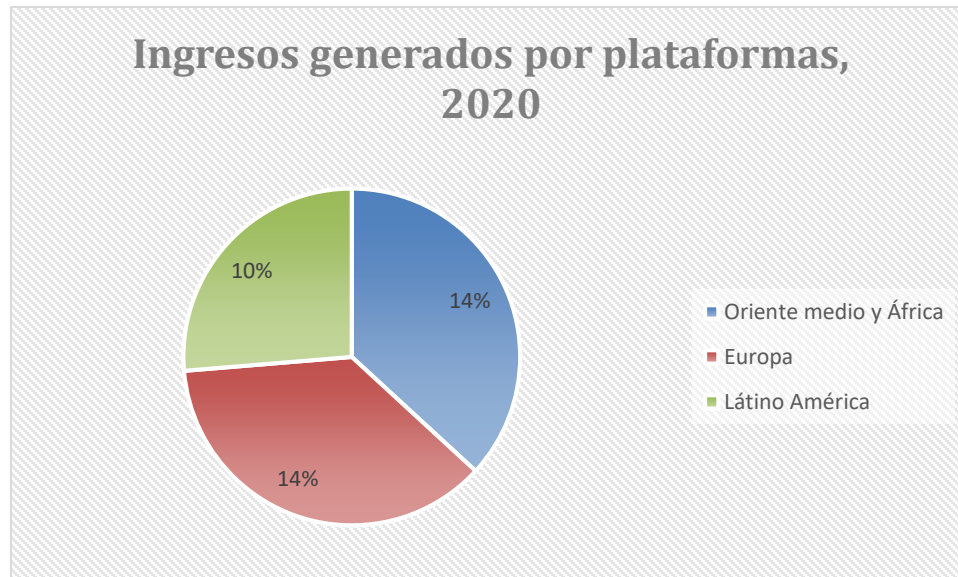
En la era multimedia o de red se da inicio a una interconexión que facilita y promueve la socialización, sin embargo, Carrillo Vera J.A. (2015) afirma “que un juego sea multijugador no implica que sea social” (p.42), lo anterior debido a que las conexiones multijugador se pueden jugar como equipo sin interactuar.

Esta transformación tuvo como resultado la aparición de una cultura de consumo basada en comunidades de videojuegos, a través de las cuales surgen nuevas formas de esparcimiento y socialización por el alcance de las TIC, por ejemplo, YouTube Gaming, torneos gamers y competiciones, Según SuperData (2020, p.15) el contenido de videojuegos en el año 2020 generó \$9.3 billones de dólares de ingresos.



Figura 1: Ingresos generados por contenido de videojuegos.

Ingresos totales USD 9.3 B



Fuente: Adaptación en español de Super Data, 2020 Year in Review. Recuperado de: <https://www.digitalmusicnews.com/wp-content/uploads/2021/01/SuperData2020YearinReview.pdf>

De acuerdo con *Entertainment Software Association* la industria de los videojuegos genera más de 90 billones de dólares anuales en la economía estadounidense, en el último reporte anual se pueden destacar los siguientes datos:

Tabla 3: Quiénes son los video jugadores

Ítem	Característica
Desglose por edad	38% 18 – 34 años.
	26% 35 – 54 años.
	21% menos de 18 años.
	9% 55 – 64 años.



	6%	65 años en adelante.
Tiempo dedicado a video jugar	6.6 horas semanales en juegos on line.	4.3 horas semanales jugando con otras personas.
Impacto positivo que perciben los gamers	- Estimulación mental	- Alivia el estrés
	- Resolución de problemas	- Conexión con amigos y familia
	- Diversión	
Dispositivos comúnmente usados	61%	smartphone
	52%	consolas de videojuegos
	49%	computador personal
Géneros de videojuegos más populares	71%	juegos casuales
	53%	juegos de acción
	48%	juegos de disparos

Fuente: elaboración propia basada en Entertainment Software Association, (2020), Essential facts about Video Games Industry.

Los videojuegos han sido considerados precursores del concepto “interactivo”, según Levis (1997), “*La interactividad forma parte de la naturaleza de los videojuegos*” (p.29) esto significa que a través de los videojuegos se crea una participación de bidireccional entre el consumidor y el producto digital, en adición a esto, los videojuegos también permiten la interacción entre video jugadores, lo que se traduce en una forma diferente de socialización, dentro de estas se encuentran diferencias de acuerdo a la categoría en la que se ubique el consumidor, Estalló (1992) propone la siguiente clasificación:



Tabla 4: Categorías de videojuegos

Tipo de videojuego	Característica
Arcade	Ritmo rápido de juego, tiempo de reacción mínimo, atención focalizada y ausencia de estrategia.
Simulación	Baja influencia de tiempo de reacción, estrategias complejas y cambiantes, conocimientos técnicos y específicos.
Estrategia	El video jugador adopta identidades específicas, puede desarrollar la evolución del protagonista, sólo se conoce el objetivo final el cual se alcanza mediante órdenes y objetos.
Juegos de mesa	Aquellos que utilizan tecnología para suplir el material o el adversario.

Fuente: elaboración propia basada en Estalló (1995) Los videojuegos: juicios y prejuicios.

En los últimos años el consumo de videojuegos se ha asociado con comportamientos sedentarios y violentos, lo cual significa un factor de riesgo para los niños y jóvenes, en respuesta a esto The Entertainment Software Association creó un sistema de clasificación por contenido que permite conocer el público al que está dirigido cada videojuego, de acuerdo a esto, Entertainment Software Rating Board clasifica de la siguiente manera:

- **E (everyone):** Contenido generalmente apropiado para todas las edades, puede contener dibujos animados, violencia leve y uso poco frecuente de lenguaje inapropiado leve.
- **E10+ (everyone 10+):** Contenido apropiado para consumidores de 10 años o más, puede contener dibujos animados, violencia leve y uso poco frecuente de lenguaje inapropiado leve y mínimos temas sugestivos.
- **T (teen):** Contenido apropiado para consumidores de 13 años o más, puede contener violencia, temas sugestivos, humor crudo, mínima sangre, apuestas simuladas y poco



frecuente uso de lenguaje fuerte.

- **M** (mature 17+): Contenido apropiado para consumidores de 17 años o más, puede contener violencia intensa, sangre, contenido sexual y lenguaje fuerte.
- **AO** (adults only 18+): Contenido apropiado para consumidores de 17 años o más, puede contener escenas prolongadas de violencia, contenido sexual gráfico y apuestas.
- **RP** (rating pending): No tiene asignado una calificación aún.

Tabla 5: Asignación de ESRB Rating Data en 2019

Categoría	Porcentaje
E (everyone)	45%
E10+ (everyone 10+)	14%
T (teen)	28%
M (mature 17+)	13%

Fuente: Elaboración propia basado en Entertainment Software Association, (2020), Essential facts about Video Games Industry.

Contrario a lo anterior, algunos autores afirman que el consumo de videojuegos activos y pasivos permite a los jugadores interactuar y crear relaciones afectivas, según Lager, A., & Brenberg, S. (2005) los videojuegos permiten mejorar habilidades espaciales y tiempo de reacción.

En Medellín, se aceleró el consumo de videojuegos entre los consumidores de la generación Z de acuerdo al DANE, además, se aumentó la exportación de conocimiento dedicado al diseño de videojuegos, quienes para el 2020 movieron cerca de USD \$152.100 millones, por lo que es necesario reconocer la cultura de consumo de los consumidores ya que son éstos quienes proveen la retroalimentación y tendencias frente a lo que se busca vivir

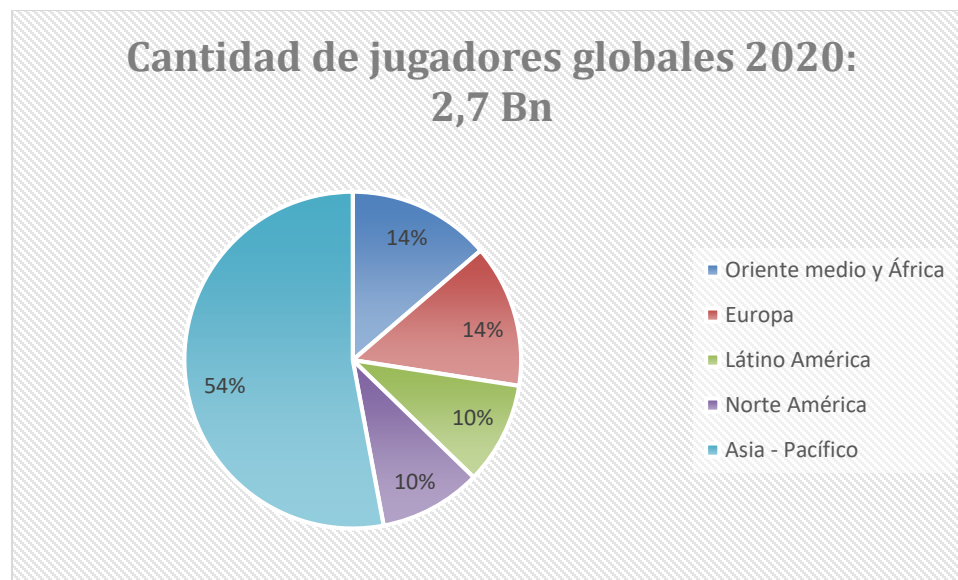


en la experiencia de los videojuegos.

1.2 Justificación de la investigación

La importancia de esta investigación nace de la relevancia y crecimiento que ha tenido la industria de los videojuegos en los últimos años, Newzoo el analizador y proveedor de analíticas gamer más grande a nivel global, afirma que el “gaming” será más grande que cualquier deporte tradicional, en su reporte anual se muestra lo siguiente:

Figura 2: Cantidad de video jugadores globales.



Fuente: Adaptación en Español del Reporte anual Newzoo (2020, p.8).



En la figura anterior se puede observar que el crecimiento de los consumidores de videojuegos ha sido significativo, motivo por el cual el conocimiento y entendimiento de los valores, creencias, representaciones mentales de este segmento nos permite tener más información de la cultura de consumo, específicamente de los adolescentes entre 12 y 17. Caso jóvenes de nivel socioeconómico medio de la ciudad de Medellín.

La novedad de la investigación radica en que respecto a este sector solo es posible hallar información sobre ventajas, perjuicios e incidencias en comportamientos agresivos o sedentarios, o posibles formas de adaptarlas en el ámbito académico, actualmente, no es posible encontrar antecedentes de cultura de consumo de adolescentes en el área metropolitana de Medellín en la categoría de videojuegos.

La orientación hacia los videojuegos se da debido a que los videojuegos han tomado un lugar importante en la economía local de Medellín y que desde que inició la pandemia (Covid-19) se ha tornado como parte fundamental en la gestión del tiempo libre y entretenimiento, de acuerdo a ProColombia, Antioquia es el segundo departamento con más concentración de compañías de videojuegos en el país.

Esta investigación en el área de mercadeo es de importancia ya que permiten la comprensión y contenido teórico de la cultura de consumo de este segmento, Newzoo (2020) afirma, que Colombia se encuentra en el Rankin de 100 países, como el número 34 en estimación de ingresos por el mercado de videojuegos, con unos ingresos anuales \$417M USD, además, la misma será útil para empresarios de videojuegos en la ciudad de Medellín, porque les permite conocer aspectos del consumo y comportamiento de esta industria ofreciendo así información importante para el mercado.

Los resultados de esta investigación además, proporcionaran herramientas para gestionar propuestas de valor a cada nicho específico de los consumidores de videojuegos, de forma



tal que las empresas y/o emprendimientos presenten ofertas personalizadas con la finalidad de aumentar y mantener su cuota de mercado, es importante resaltar que el presente estudio pretende también aportar al reconocimiento de consumidores quienes no se habían identificado y por consiguiente no han creado una relación comercial sostenible y duradera con las empresas en cuestión.

En Medellín, las empresas comercializadoras de videojuegos se limitan a ofrecer productos de acuerdo a las tendencias o lanzamientos de nuevas referencias, con el presente trabajo se busca que, de forma informada, puedan proponer experiencias de compra y consumo durante todo el proceso de compra, es decir, pre compra, compra, consumo y desecho, así como espacios y formas de para consumir videojuegos de forma que esto sea significativo para el consumidor.



1.3 Pregunta de investigación.

¿Existe una cultura de consumo de los usuarios de videojuegos de adolescentes entre 12 y 17 años en la ciudad de Medellín?

1.4 Objetivos de investigación

1.4.1 Objetivo general

Identificar la cultura de consumo de los usuarios de videojuegos de adolescentes entre 12 y 17. Caso adolescentes de nivel socioeconómico medio de la ciudad de Medellín.

1.4.2 Objetivos específicos

- 1.4.2.1 Identificar las creencias de los usuarios adolescentes de videojuegos.
- 1.4.2.2 Identificar las costumbres de los usuarios adolescentes de videojuegos.
- 1.4.2.3 Identificar los valores de los usuarios adolescentes de videojuegos.
- 1.4.2.4 Identificar las representaciones mentales de los usuarios adolescentes de videojuegos.
- 1.4.2.5 Analizar la cultura de consumo de los usuarios adolescentes de videojuegos.
- 1.4.2.6 Proponer tipologías de usuarios de videojuegos.



2. Referentes teóricos

El cambio y la evolución han hecho parte fundamental en la humanidad, puesto que nos ha permitido adaptarnos y transformar nuestros hábitos para la supervivencia, en estos cambios se puede observar la forma en que consumimos y las razones por las cuáles lo hacemos; en los últimos años, los videojuegos han generado mayor interés y han formado parte esencial en diferentes corrientes culturales, es por eso que actualmente podemos investigar sobre comunidades de video jugadores.

La actual investigación se soporta en la teoría de cultura de consumo y busca aportar conocimientos referentes a la cultura de consumo en la categoría de videojuegos, consolidando ideas y conocimientos que contribuyan a la tipificación de los usuarios de videojuegos en la ciudad de Medellín entre los 12 y 17 años.

Según afirma Del Moral, M. E. & Fernández, L. C. (2015) *“Los videojuegos, cada vez más, aglutinan a usuarios en torno a sí, convirtiendo el juego en un fenómeno que supera el mero entretenimiento y que fortalece los lazos entre los usuarios a partir de la generación espontánea de comunidades virtuales con distintas finalidades: compartir experiencias exitosas, competir unos con otros, intercambiar trucos, dar solución a problemas técnicos”* (P. 2), es decir, que propician espacios en los cuales se pueden crear y mantener relaciones duraderas a lo largo del tiempo basados en una actividad de preferencia compartida.

Sáez, E. (2009) afirma que *“La interacción de los jugadores tiene así una gran riqueza de contenidos para el diálogo, y la conversación sobre el juego dentro del juego puede enfocarse a decenas de temas”* en adición a esto, J. L. González Sánchez, N. Padilla Zea, F. L. Gutiérrez, M. J. Cabrera (2008), exponen que los videojuegos deben contar con atributos que permitan la experiencia del usuario denominado “jugabilidad” los cuales caracteriza de la siguiente manera:



- “• **Satisfacción:** Agrado o complacencia del jugador ante el videojuego.
- **Aprendizaje:** Facilidad para comprender el sistema y mecánica del videojuego, es decir, los conceptos definidos en el Gameplay/Game Mechanic del juego: objetivos, reglas y formas de interaccionar con el videojuego.
- **Eficiencia y Efectividad:** Tiempo y recursos necesarios para lograr los objetivos propuestos en el videojuego.
- **Inmersión:** Capacidad para creerse lo que se juega e integrarse en el mundo virtual mostrado en el juego.
- **Motivación:** Característica del videojuego que mueve a la persona a realizar determinadas acciones y persistir en ellas para su culminación.
- **Emoción:** Impulso involuntario, originado como respuesta a los estímulos del videojuego, que induce sentimientos y que desencadena conductas de reacción automática.
- **Socialización:** Atributos que hacen apreciar el videojuego de distinta manera al jugarlo en compañía (multijugador) ya sea de manera competitiva, colaborativa o cooperativa.”

2.1. La cultura

Principiando con el supuesto de que la cultura se adapta al contexto social y/o grupo social que cambia durante toda la vida del ser humano, la concepción de lo que es cultura ha evolucionado a lo largo del tiempo, Tylor, E.B. (1871) afirma que *“la cultura es ese todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, la ley, la costumbre y cualquier otra capacidad y hábito adquiridos por el hombre como miembro de sociedad”*.

Spencer-Oatey, H. (2012) propone algunas características de la cultura que son las siguientes:



- *La cultura se manifiesta en diferentes niveles de profundidad.*
- *La cultura afecta el comportamiento y las interpretaciones del comportamiento.*
- *La cultura se puede diferenciar tanto de la naturaleza humana universal como de la personalidad individual única.*
- *La cultura influye en los procesos biológicos.*
- *La cultura es tanto una construcción individual como una construcción social.*
- *La cultura siempre se distribuye social y psicológicamente en un grupo, por lo que la delimitación de las características de una cultura siempre será borrosa.*
- *La cultura tiene elementos tanto universales (etic) como distintivos (emic).*
- *La cultura es aprendida.*
- *La cultura está sujeta a cambios graduales.*
- *Las diversas partes de una cultura están todas, hasta cierto punto, interrelacionadas.*
- *La cultura es un concepto descriptivo, no evaluativo.*

Para White, L.A. (1959) en términos de la relación con el organismo humano, depende de la simbología y constituye un comportamiento humano en un contexto extra somático, es decir, relaciones entre sí es lo que constituye la cultura. Esto es un concepto transversal de toda la humanidad que surge inherente en las sociedades, ya que la agrupación es lo que permite que exista una cultura, sin embargo, la cultura puede definirse desde diferentes perspectivas:



Tabla 6: La cultura en diferentes perspectivas

Perspectiva	Definición
Cognitiva	Este concepto de cultura reproduce la vieja concepción romántica e iluminista del cultivo del espíritu. La cultura se limita al universo cognitivo, y educativo, está unida a las ideas, el conocimiento, la instrucción, el universo académico de las letras, el arte, la filosofía.
Universalistas	Esta postura de buscar reducir la cultura a una especie de “moral universal”, resulta homogenizante.
Cultura política	Se caracteriza por el uso de un término noble con connotaciones que tiene la cultura, los diversos actores pueden dar más legitimidad a sus declaraciones.
Cultura organizacional	Dicha conceptualización busca, a través de un discurso humanista y a partir de la comprensión de las mentalidades, de las lógicas culturales de los obreros, implementar estrategias efectivas, que hagan posible la elevación de los índices de productividad de las empresas

Fuente : Elaboración propia basado en Arias, P.G. (2002) La Cultura.

La cultura, además, es una forma de comportamiento aprendido. La cultura se aprende, se trasmite por medio de la interacción social. En ese sentido constituye una forma de herencia, que se tiene no genéticamente sino en forma social, pues todo ser humano forma parte de una sociedad y de una tradición cultural específica. lo que quiere decir que los significados y significaciones de dicha conducta para ser consideradas parte de una cultura, deben ser comunes a los miembros del grupo, quienes deben conocer y compartir esos significados con relación a un continun socio-cultural. Arias, P.G. (2002) (P.54)



De acuerdo con Hofstede, G. Hofstede, G.J. & Minkov, M. (2010) *“La cultura es siempre un fenómeno colectivo, porque es, al menos en parte, compartido con personas que viven o vivieron dentro del mismo entorno social, que es donde se aprendió. La cultura consiste en las reglas no escritas del juego social. Es la programación colectiva de la mente lo que distingue los miembros de un grupo o categoría de personas de otros. La cultura se aprende, no innata. Se deriva del entorno social de uno, en lugar de los genes de uno. La cultura debe distinguirse de la humana naturaleza por un lado y de la personalidad de un individuo por el otro.”* (P.6)

Teniendo en cuenta Marketing Crosscultural (2004), como se citó en López Trujillo, P.A. (2014) *“Las siguientes características anotadas por Idelfonso Grande son tomadas de su libro:*

• **Funcionalidad:** *en cada sociedad, la cultura orienta la conducta de las personas en la que se garantiza la supervivencia de los grupos sociales y la convivencia entre las personas. Cada cultura determina lo que está bien, lo que está mal, lo que se puede hacer y lo que no se puede hacer.*

• **La cultura es un fenómeno social:** *la cultura se genera a través de los contactos entre las personas y debe considerarse como una creación humana. Esos mismos contactos la hacen evolucionar a lo largo del tiempo.*

• **La cultura es prescriptiva:** *se considera prescriptiva porque dentro de ella se decide lo que está bien o mal, lo bueno y lo malo, lo aceptable y lo inaceptable.*

• **La cultura es aprendida:** *la cultura no se hereda, se aprende mediante la interacción con el entorno.* 27

• **La cultura es arbitraria:** *los valores, creencias y costumbres de una cultura son propios de ella y es posible que sean rechazados por otra.*

• **La cultura está cargada de valores:** *porque la cultura transmite muchas normas y sugiere*



conductas esperadas de las personas. En caso de no comportarse como se espera se provocan reacciones de rechazo.

• **La cultura facilita la comunicación:** *En las culturas existen formas de comunicación verbal y no verbal. Cuando el ser humano es pequeño, aprende observando cómo se comportan los adultos, de donde se aprenden los valores. Por otro lado, hay valores que son inculcados y enseñados de forma explícita en el seno de la familia o en los entornos educativos.*

• **La cultura es adaptativa y dinámica:** *porque la cultura se encuentra en evolución constante y se acomoda a las nuevas situaciones. El paso del tiempo cambia la perspectiva de lo que está bien o está mal. La cultura adopta enfoques nuevos y olvida los antiguos, respetando en todo momento los valores básicos.*

• **La cultura se forja a largo plazo:** *Una cultura es el resultado de años y años de acumulación de experiencias y conocimientos. No se crea de la noche a la mañana. Es un legado que es precedido y por preceder.*

• **La cultura satisface necesidades:** *la cultura satisface las necesidades de las personas que viven dentro de ellas, permite la convivencia, la generación de valores y la satisfacción personal.”*

2.1.1 La cultura de consumo

En palabras de Zamora, J.A. *“El consumo no es la compra: es un hecho global que recorre la totalidad de nuestra vida y que implica prácticas sociales, ensueños e identificaciones que ocupan nuestros espacios y tiempos, al tiempo que redefine nuestras identidades.”*

García Canclini, N. (1995) afirma que *“el consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los de los productos... En la perspectiva de esta definición, el consumo es comprendido, ante todo, por su racionalidad económica.”*
(P.42-43)



Arnould, J.E. & Thompson, J.C. (2005) a través de su recopilación de información sobre cultura de consumo proponen la Teoría de cultura del consumidor (CCT) la cual pretende mostrar la relación entre los consumidores y el mercado, y explicar las razones de las decisiones de los consumidores, esta investigación se apoya en 4 marcos de referencia:

- Identidad del consumidor
- Cultura y mercado
- El patrón histórico de consumo
- Ideologías de mercado y estrategias interpretativas de los consumidores.

2.2 Dimensiones de la cultura

2.2.1 Valores

“Los valores son cualidades de las cosas o de las personas, son polarizados, pues cada valor tiene su contrario, son jerarquizados, pues hay unos más importantes que otros y son objetivos cuando se trata específicamente de valores éticos. Pero, valorar un objeto, una acción, o una persona es el resultado de un proceso subjetivo.” González, G.A. (2016), el valor asignado dado a cada actividad realizada permite clasificar el tipo de relación que se tiene con el producto en sí, así como la forma en cómo se consume, tiempo y recursos dedicados, esfuerzo y atención a lo largo del tiempo.

Según Frondizi, R. (1995) *“Los valores no son cosas ni elementos de cosas, sino propiedades, cualidades sui generis, que poseen ciertos objetos llamados bienes.”* (P.3) además, expone que existe una jerarquía *“Los valores, en cambio, se dan en su orden jerárquico o tabla de valores. La preferencia revela ese orden jerárquico; al enfrentarse a dos valores, el hombre prefiere comúnmente el superior, aunque a veces elija el inferior por razones circunstanciales.”*, además, al ser algo intangible, permite conocer rasgos de la



personalidad, preferencias y comportamiento del consumidor y su cultura en general.

De acuerdo con Vanegas García, J.H. (2017) *Los valores, entonces, son valencias dinámicas que se dan en el mundo para determinar el comportamiento del hombre: "El valor se presenta como el resultado de una tensión entre el sujeto y el objeto y ofrece una cara objetiva y otra subjetiva. Ambos elementos no son simples ni estables, sino complejos y cambiantes"* además, este autor los clasifica de la siguiente forma:

- *Sensibles (Placer/ Dolor; Alegría, Pena).*
- *Útiles (Capacidad, Incapacidad; Eficacia, Ineficacia).*
- *Vitales (Salud, Enfermedad: Fortaleza, Debilidad)*
- *Estéticos (Bello/Feo; Elegante, Inelegante; Armonioso/ Caótico)*
- *Intelectuales: Verdad, Falsedad; Conocimiento/ Error.*
- *Morales: Justicia, Injusticia; Libertad, Esclavitud; Igualdad, Desigualdad; Honestidad, Deshonestidad; Solidaridad, Insolidaridad.*
- *Religiosos: Sagrado/ Profano.*

Dicho en palabras de Hofstede, G. Hofstede, G.J. & Minkov, M. (2010) *"Los valores son amplias tendencias a preferir ciertos estados de cosas sobre otros. Los valores son sentimientos con una flecha añadida que indica un lado positivo y otro negativo. En ellos se lidia con emparejamientos como los siguientes:*

- *El mal contra el bien*
- *Sucio versus limpio*
- *Peligroso versus seguro*
- *Prohibido versus permitido*
- *Decente versus indecente*
- *Moral versus inmoral*



- *Feo versus hermoso*
- *Antinatural versus natural*
- *Anormal versus normal*
- *Paradójico versus lógico*
- *Irracional versus racional*” (P.9)

Como expresa Palacios Navarro, S. (1997) “*los valores pueden ser definidos como creencias prescriptivas duraderas sobre la preferencia de un modo de existencia o de conducta concreto en detrimento de otros modos de conducta y estados finales. La teoría sobre el sistema de creencias coloca los valores en el núcleo de la personalidad del individuo. En este sentido los valores se convierten en elementos centrales que sirven al self para mantener, siempre que sea necesario, la autoestima de cada uno y para hacerla crecer cuando sea posible.*” (P.114)

De acuerdo con Pérez Romero, L.A. en su libro Marketing Social “Los valores son creencias que gozan de un arraigo mayor en la población, de amplia cobertura y que se transmiten de generación en generación. Son distintivos de familias, comunidades y naciones como el valor a la vida, el respeto, la tolerancia, el trabajo, la libertad, etcétera. En una comunidad se observa que existen muchas ideas, pocas creencias y algunos valores. Se recomienda trabajar en el terreno de las ideas para que estas influyan de manera progresiva en el terreno de las creencias.” (P.255)

2.2.2 Creencias

Cooney (1999) plantea que una creencia es un conjunto de disposiciones que permiten hacer varias cosas, bajo ciertas circunstancias asociadas. Incluyen respuestas y acciones de muchos tipos que no están restringidas a las afirmaciones verbales y que ninguna de esas disposiciones es necesarias o suficientes para la creencia en cuestión.



Conocer las creencias de un consumidor en una categoría específica permite conocer sus límites y alcances respecto a lo que está dispuesto a hacer, invertir y soportar con el fin de vivir la experiencia de consumo de acuerdo a lo que considera satisfactorio.

En la opinión de Martínez Padrón, O.J. *“Las creencias sólo son posibles en el ámbito de la razón, por ello constituyen un elemento de conocimiento. Además, dimanar de otras fuentes tales como:*

- a) los sentimientos y los deseos: donde se incluyen las necesidades y las conveniencias del sujeto al momento de surgirle el impulso interior de creer en algo o en alguien,*
- b) la sociedad y la cultura ambiental: que influyen en su aprendizaje y median, por ejemplo, a través de la aculturación o la enculturación de los sujetos, aunque se llegue a ellas por el impulso recién mencionado; y*
- c) la propia voluntad de creer en el sentido de que a pesar de que los sujetos son influenciados, poseen decisiones preferenciales en función de su personalidad y de su libertad.” (P.233)*

En palabras de Defez Martin, A. *“La creencia es un estado mental, un estado mental dotado de un contenido representacional y, en su caso, semántico o proposicional y, por tanto, susceptible de ser verdadero o falso; y que, además, dada su conexión con otros estados mentales y otros de contenidos proposicionales, es causalmente relevante o eficaz respecto de los deseos, las acciones y otras creencias del sujeto.” (P.201)*

Fernández (2007) como se citó en Maldonado González, A.L., González Gaudiano, E.J. & Cajigal Molina, E. (2019) afirma que las creencias surgen de un proceso de internalización y constituyen el fundamento justificativo de las acciones de las personas. En estas definiciones puede apreciarse la construcción del conocimiento en el sujeto, proveniente de alguna observación o fuente externa, para interiorizarse, transformar la episteme y en algún momento ser socializado de manera lingüística o axiológica.”



Como expresa Díez Patricio, A. (2016) *“La creencia es una verdad subjetiva, una convicción, algo que el sujeto considera cierto, y no debe ser confundida con la verdad objetiva, cuya correspondencia en la teoría del conocimiento es el concepto de saber.”* (P.128)

2.2.3 Costumbres

Desde el punto de vista de Graburn, H.H.N. (2000) La costumbre es el nombre dado a aquellos rasgos culturales que, en situaciones de cambio, fueron continuas, preservadas y no perdidas. (P.6); las costumbres, además, tienen las características de que se pueden iniciar en cualquier momento, es decir, que partiendo de la frecuencia y grado de conservación que presenten, éstas pueden ser decisivas al momento de generar patrones de consumo en los consumidores.

Según Krygier, M. (1986) *“Las costumbres dependen sobre continuidades reales o imaginarias entre el pasado y el presente. Estas continuidades pueden formalizarse e institucionalizarse a medida que se en las instituciones de la ley y la religión, aunque no es necesario.”* (P.250)

Como afirma Herrejón Peredo, C. (1994) En cuanto a los actos en la costumbre, son actos humanos con menor grado de conciencia y volición. Se realizan más por la fuerza de la inercia general, por imitación generalizada, por la facilidad que dan los hábitos extendidos, que no por una deliberación ponderada que penetre en otras razones de ese comportamiento más allá de la razón de que así obran todos, así se ha obrado desde hace mucho tiempo, es la norma del grupo y, en consecuencia, hay cierta seguridad.” (P.15)



2.2.4 Representaciones mentales

En palabras de Johnson-Laird, (1983) como se citó en Tamato alzate, Oscar Eugenio y Neus Sanmartí, P. (2003) *“Las representaciones mentales son construcciones hipotéticas que tiene el sujeto para explicar o comprender un fenómeno, las cuales pueden diferir marcadamente en su contenido, más no en su formato representacional o en el proceso en que las personas las construyen y manipulan. El uso de nuestras representaciones, sean estas proposicionales, modelos mentales o imágenes mentales.”* (P.2); estos imaginarios permiten al consumidor vivir cada etapa del proceso de consumo de forma diferente, pues son construcciones mentales basadas en lo que han experimentado a través del uso y consumo del servicio en cuestión.

De acuerdo a Raiter, A. (2010) *“La percepción humana no es – al menos, no solamente – directa Este conjunto de imágenes, representaciones del mundo, ya que no son el mundo, constituyen las creencias del sujeto sobre el mundo. Debemos señalar que la construcción de representaciones no depende sólo de la interacción (dentro de la mente) entre los estímulos externos y los mecanismos cognitivos salvo en un momento inicial e ideal; las imágenes ya existentes también intervienen en el proceso, condicionando la que será la imagen resultante para un estímulo particular. El papel de las creencias previas en la construcción de las nuevas representaciones es fundamental.”* (P.2)

En palabras de a Raiter, A. (2010) *“Esquemáticamente tenemos, entonces:*

- *Creencias i: son creencias individuales, sin posibilidad de convertirse en sociales, aunque puedan ser conocidas por un grupo de amigos o conocidos de quien la posea. Ejemplo: las planificaciones individuales para cometer adulterio.*
- *Creencias s: son las creencias necesariamente sociales, necesariamente compartidas por todos los miembros de la comunidad. Ejemplo: la elección democrática de los gobernantes.*



- *Creencias p: son creencias que funcionan como referencia, de modo que los individuos y grupos sociales deban tomar un valor acerca de ellas; el contenido de la creencia expresa que debe estar valorado de algún modo. Ejemplos: preferencias políticas, derecho al aborto, políticas de privatizaciones, políticas asistenciales.*
- *Creencias ps: con las creencias que pueden ser sociales, rebasan lo individual, pero pueden ser compartidas sólo por determinados grupos sociales. Ejemplos: complementariedad del Estado, la práctica de la confesión, los políticos como estamento social o como profesión, el derecho a tener trabajo estable, la conveniencia de estudiar.” (P.14)*

Empleando las palabras de Rita Otero, M. (1999) *“Las imágenes son un formato representacional o una clase de estructura de datos de nuestro sistema cognitivo, decir que el formato de imágenes es analógico implica que la imagen de un objeto tendrá que parecerse en forma, tamaño y orientación a aquello que se está representando.” (P.5)*

2.2.5 Comportamiento

El comportamiento humano, de acuerdo a la Psicología, son todas las actividades expresadas físicamente por el ser humano y todos sus procesos mentales manifestados por medio de expresiones orales como los sentimientos y los pensamientos, que un individuo manifiesta cuando se encuentra en una situación social en particular. Casi todos nuestros comportamientos conscientes son motivados, es decir que buscan satisfacer un deseo, el cual es la manifestación sentida de una necesidad. (Cobo, 2017)

Dicho en palabras de Galarsi, Medina, Ledezma, & Zanin (2011) todo comportamiento es, sin duda, un proceso físico. Pero no todo proceso físico es comportamiento. Lo son aquellos que significan una respuesta del ser vivo al ambiente en que vive. El comportamiento no es una serie de movimientos sin sentido regido por la legalidad física, ni



unos contenidos de conciencia de los que la ciencia experimental tenga que prescindir, ni ambas cosas conjuntamente o por separado. El comportamiento es un proceso estrictamente físico, registrable y verificable, que consiste, precisamente, en ser la actividad por la que un ser vivo mantiene y desarrolla su vida en relación con su ambiente, respondiendo a él y modificándolo. (P.12)

Como plantea Giraldo López, J.A. (2007) “Por comportamiento del consumidor entendemos todas aquellas actividades internas y externas de un individuo o grupo de individuos dirigidas hacia la satisfacción de sus necesidades. Este comportamiento parte de la existencia de una carencia, el reconocimiento de una necesidad, la búsqueda de alternativas de satisfacción, decisión de compra y la evaluación posterior, (antes, durante y después El comportamiento del consumidor es el intercambio de bienes entre individuos grupos y empresas, para satisfacer sus necesidades. Implica aspectos como:

- Consumidores individuales, niños, hombres, adultos, amas de casa.
- Agrupaciones, familias, empresas y grupos.
- Fenómenos internos y externos. La marca, la percepción, publicidad, búsqueda, compra, de bienes.” (P.2)



3 Teoría adaptada a la investigación

3.1 Teoría de la cultura de consumo (CCT)

Desde el punto de vista de Thompson Craig, J. & Arnould Eric, J. (2018) La teoría de la cultura del consumidor (CCT) es un campo de investigación que busca desentrañar las complejidades de la cultura del consumidor. En lugar de ver la cultura como un sistema bastante homogéneo de significados colectivamente compartidos, formas de vida y valores unificadores compartidos por un miembro de la sociedad.

3.1.1 En qué consiste la teoría de consumo (CCT)

De acuerdo con Sunkell, G. (2002) La investigación sobre consumo cultural es un proyecto inacabado y en pleno desarrollo que requiere enfrentar un conjunto de inquietudes tanto desde el punto de vista teórico, como de sus usos sociales y políticos.

En palabras de Askegaard, S. (2015) La teoría de la cultura del consumidor (CCT) es una corriente de investigación centrada en patrones de consumo como práctica social y cultural.
(P.1)

3.2 Hipótesis

Existe una cultura de consumo de los usuarios de videojuegos de adolescentes entre 12 y 17 años en la ciudad de Medellín.

La hipótesis anterior manifiesta la posibilidad de que exista la cultura de consumo en usuarios de videojuegos, asimismo, se espera que en caso de ser afirmativa se pueda proponer tipologías de dichos usuarios.



4. Metodología de la investigación

4.1 Proceso Metodológico

En esta investigación se utilizó una metodología de carácter cualitativo, teniendo en cuenta el modelo de la etnografía, lo anterior con el objetivo de conocer e identificar la cultura de consumo en los usuarios adolescentes de videojuegos en la ciudad de Medellín, estudiando las creencias, costumbres, valores y representaciones mentales con el fin de analizar la cultura de consumo y posteriormente proponer unas tipologías de usuarios, y de esta manera generar un aporte significativo sobre patrones de consumo y su relación con la cultura.

La aplicación de una metodología de carácter cualitativo permite profundizar en rasgos inherentes de la personalidad y consumo, es decir constructos sociales que permitan el análisis y proposición de nuevo conocimiento de forma que éste sea confiable, con ésta metodología se indaga en situaciones complejas propias del comportamiento, elección y preferencias dadas por el contexto cultural de cada uno de los informantes.

4.1.1 Investigación cualitativa

Mason (1996) como se citó en Aldo R. Ameigeiras, Lilia B. Chernobilsky, Verónica Giménez Béliveau, Fortunato Mallimaci, Nora Mendizábal, Guillermo Neiman, Germán Quaranta y Abelardo J. Soneira. afirman que “la investigación cualitativa no puede ser reducida a un conjunto simple y prescriptivo de principios, y señala tres elementos comunes a la rica variedad de estrategias y técnicas. Así, entiende que la investigación cualitativa está: a) fundada en una posición filosófica que es ampliamente interpretativa en el sentido de se interesa en las formas en las que el mundo social es interpretado, comprendido, experimentado y producido, b) basada en métodos de generación de datos flexibles y sensibles al contexto social en el que se producen, y c) sostenida por métodos de análisis y explicación que abarcan la comprensión de la complejidad, el detalle y el contexto.”



De acuerdo con Balcázar Nava, P. González-Arriata, N. Gurrola Peña, G. & Moysén Chimal, A. (2013) La investigación cualitativa:

- Es inductiva.
- Tiene una perspectiva holística (percibe a la persona como un todo).
- Existen efectos del investigador sobre las personas.
- Intenta comprender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas.
- El investigador aparte sus propias creencias; no obstante, éstas son un punto de referencia para interpretar la realidad que se está estudiando.
- Todas las perspectivas son valiosas.
- Se considera que es más de corte humanista.
- Se da un énfasis en la validez de la investigación, próxima al mundo empírico.
- Para este enfoque, todos los escenarios y personas son dignos de estudio.
- La investigación cualitativa es un arte.
- Puede aplicarse a estudios en el ámbito micro, ya que profundiza más en la situación,
- Señala aspectos y discrepancias.
- Se orienta más a lo que es significativo, relevante y consciente para los participantes.
- Se utiliza en diferentes disciplinas, que van desde la Educación, la Sociología, La Antropología, La Psicología entre otras.
- Estudia la organización social y cultura de un grupo.
- Es adecuada para el análisis de fenómenos complejos.



En palabras de Guerrero Bejarano, M.A. (2016) La investigación Cualitativa se centra en comprender y profundizar los fenómenos, analizándolos desde el punto de vista de los participantes en su ambiente y en relación con los aspectos que los rodean. Normalmente es escogido cuando se busca comprender la perspectiva de individuos o grupos de personas a los que se investigará, acerca de los sucesos que los rodean, ahondar en sus experiencias, opiniones, conociendo de esta forma cómo subjetivamente perciben su realidad.

Según a Taylor y Bogdan (1992) como se citó en Sandoval Casilimas, C. A. (1996) quienes plantean como rasgos propios de la investigación cualitativa los que se enuncian a continuación:

- *Es inductiva*, o mejor cuasi-inductiva; su ruta metodológica se relaciona más con el descubrimiento y el hallazgo que con la comprobación o la verificación.
- *Es holística*. El investigador ve el escenario y a las personas en una perspectiva de totalidad. Las personas, los escenarios o los grupos no son reducidos a variables, sino considerados como un todo integral, que obedece a una lógica propia de organización, de funcionamiento y de significación.
- *Es interactiva y reflexiva*. Los investigadores son sensibles a los efectos que ellos mismos causan sobre las personas que son objeto de su estudio.
- *Es naturalista* y se centra en la lógica interna de la realidad que analiza. Los investigadores cualitativos tratan de comprender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas.
- *No impone visiones previas*. El investigador cualitativo suspende o se aparta temporalmente de sus propias creencias, perspectivas y predisposiciones.
- *Es abierta*. No excluye la recolección y el análisis de datos y puntos de vista distintos. Para el investigador cualitativo, todas las perspectivas son valiosas. En consecuencia, todos los escenarios y personas son dignos de estudio.



- *Es humanista*. El investigador cualitativo busca acceder por distintos medios a lo privado o lo personal como experiencias particulares; captado desde las percepciones, concepciones y actuaciones de quien los protagoniza.
- *Es rigurosa*, aunque de un modo distinto al de la investigación denominada cuantitativa. Los investigadores, aunque cualitativos buscan resolver los problemas de validez y de confiabilidad por las vías de la exhaustividad (análisis detallado y profundo) y del consenso intersubjetivo. (Interpretación y sentidos compartidos).

4.1.2 La etnografía

La etnografía es considerada una rama de la antropología que se dedica a la observación y descripción de los diferentes aspectos de una cultura, comunidad o pueblo determinado, como el idioma, la población, las costumbres y los medios de vida. Peralta Martínez, C. (2009)

De una manera resumida, dos reconocidos etnógrafos, Atkinson y Hammersley (1994, P. 248) como se citó en Sandoval Casilimas, C. A. (1996), caracterizan la etnografía como una forma de investigación social que contiene de manera sustancial los siguientes rasgos:

- Un fuerte énfasis en la exploración de la naturaleza particular de los fenómenos sociales, más que en llevar a cabo pruebas de hipótesis acerca de ellos.
- Una tendencia a trabajar primariamente con datos “inestructurados”, esto es, datos que no se han codificado de manera previa a su recolección en un conjunto de categorías analíticas cerradas.
- Una investigación de un número pequeño de casos, a veces solo un caso, en detalle.
- Un análisis de datos que involucra la interpretación explícita de los significados y funciones de las acciones humanas, producto que toma la forma de descripciones y explicaciones verbales principalmente, con un rol de la cuantificación y el análisis



subordinado al máximo.

4.1.3 Métodos etnográficos

De acuerdo a Sandoval Casilimas, C. A. (1996) Los métodos etnográficos utilizados tradicionalmente, tanto por antropólogos lingüistas como por lingüistas tipológicos interesados en modelos gramaticales, han sido la observación participante y el trabajo con los hablantes nativos. Recientemente estos modelos se han integrado con nuevas formas de documentación de prácticas verbales, que se han aplicado en algunos campos de la sociolingüística urbana, el análisis del discurso y el análisis de la conversación. Con el desarrollo de nuevas tecnologías para la grabación electrónica de sonidos y acciones el campo de los fenómenos de estudio se ha ensanchado mucho más; de igual forma, se han multiplicado los problemas técnicos, políticos y morales a los que se debe enfrentar el investigador, algunos de estos son:

- **La observación participante:** se puede ver de distintas maneras, se puede ver desde la participación pasiva que es aquella en la que el etnógrafo participa lo menos posible en la comunidad, hasta la participación completa en la que el etnógrafo o los etnógrafos participan activamente, interactuando de manera normal y espontánea con otros participantes llegando inclusive a hacer parte de los grupos que integran.
- **Las entrevistas:** se podría decir que las entrevistas son consideradas como una técnica dentro de la metodología cualitativa, que se utiliza para tener información verbal de uno o más personas a partir de un cuestionario o guion.

4.2 Diseño muestral

Teniendo en cuenta a Serbia, J. M. (2007) En la etapa inicial de la investigación la decisión muestral está orientada por criterios que dependen de las características particulares



de cada estudio. Se buscaron, como paso inicial bajo el criterio de saturación discursiva, los casos de potencial polarización del universo en relación al tema, para así capturar las significaciones extremas de la población en relación al tema. A partir de la comprensión de discursos pertenecientes a perspectivas diferenciales dentro de un espacio social, se van seleccionando a aquellos que desde posiciones diferentes los conflictos constitutivos de ese espacio.

La población objeto de estudio para la presente investigación fueron adolescentes entre los 12 y 17 años usuarios de videojuegos en la ciudad de Medellín, con un nivel socioeconómico medio, sin diferenciar ocupación, procedencia o nivel de educación, la cual se realizará por medio de la técnica de muestreo intencionado o por conveniencia.

Citando a Pineda (1994) como se citó en López, P. L. (2004) en el muestreo intencional el investigador decide según los objetivos, los elementos que integró la muestra, considerando aquellas unidades supuestamente típicas de la población que se desea conocer. El investigador decidió qué unidades integrarán la muestra de acuerdo a su percepción.

Tabla 7: Fases de selección muestral

Número de fase	Actividad	Fecha
1. Convocatoria	Se realizó convocatoria a través de empresas cuyo público objetivo estaba ligeramente asociado con el tema principal de la tesis, es decir, tiendas de videojuegos.	05/02/2022
2. Formación del universo muestral	Se aceptó e inscribió al total de quienes se postularon para el estudio.	10/02/2022 al 01/03/2022
3. Filtración de la muestra	Se realizó análisis respecto a cumplir con los requerimientos para hacer parte del estudio: ser	07/03/2022



	adolescente entre 12 y 17 años, residir en Medellín, consumir videojuegos, pertenecer a un nivel socioeconómico medio.	
4. Realización de entrevista a informantes	Se citó de forma presencial y/o virtual de acuerdo a la cercanía a cada informante seleccionado para realizar las entrevistas.	12/03/2022 al 22/04/2022

Tabla 8: Muestra de informantes para entrevista

#	Nombre completo	Edad	Sexo	Nivel Educativo	Consola
1	Tom Cardoso	14	M	Estudiante octavo	Celular
2	Giovani Varela	17	M	Estudiante universidad	Computador
3	Mateo Puchín	15	M	Estudiante décimo	Play 4
4	Román Alejandro Ramírez	17	M	Estudiante universidad	Xbox one
5	Sebastián Osorio	17	M	Streamer	Xbox one
6	Carlos Vasco	17	M	Empleado	Play 4/Nintendo Switch

Fuente: elaboración propia



4.3 Instrumento para recolección de datos

De acuerdo a Strauss, A. & Corbin, J. (1990) La teoría fundamentada se refiere a una teoría derivada de datos recopilados de manera sistemática y analizados por medio de un proceso de investigación. En este método, la recolección de datos, el análisis y la teoría que surgirá de ellos guardan estrecha relación entre sí.

Existen procedimientos que proporcionan algún grado de estandarización y rigor al proceso:

1. Construir teoría más que probarla.
2. Ofrecer a los investigadores herramientas útiles para manejar grandes cantidades de datos brutos.
3. Ayudar a los analistas a considerar significados alternativos de los fenómenos.
4. Ser sistemático y creativo al mismo tiempo.
5. Identificar, desarrollar y relacionar los conceptos, elementos constitutivos básicos de la teoría.

4.4 Construcción del instrumento para recolectar los datos

El proceso de construcción del instrumento se realizó con base en los requerimientos de información para la investigación actual, de acuerdo a esto se indagó para cumplir con los objetivos propuestos, para la aplicación del instrumento se aplican a entrevistas a profundidad de forma individual para evitar sesgos y dar libertad a los informantes.



Tabla 9: Ficha de preguntas para informantes

<p>- Identificar las costumbres de los usuarios adolescentes de videojuegos.</p>	<p>1. Durante su tiempo libre, normalmente ¿a qué se dedica? 2. ¿cómo usa su tiempo libre en el día? A qué le dedica tiempo. 3. ¿Tiene algún espacio asignado o Normalmente en su casa dónde juega? 4. ¿con que personas comparte o interactúa para jugar videojuegos y por qué? 5. ¿Qué suele hacer cuando va a comprar un videojuego? ¿cómo lo hace?</p>
<p>- Identificar los valores de los usuarios adolescentes de videojuegos.</p>	<p>6. ¿Qué importancia le da usted a los videojuegos en su vida? 7. Defíname lo que usted siente al jugar videojuegos. 8. ¿cómo se siente luego de jugar videojuegos, o con qué finalidad lo hace? (habilidades/diversión) 9. ¿Qué aspectos tiene en cuenta para elegir jugar videojuegos frente a otras actividades de entretenimiento en su tiempo libre? Qué lo motiva a elegir los videojuegos.</p>
<p>- Identificar las creencias de los usuarios adolescentes de videojuegos.</p>	<p>10. ¿Qué consideras que son los videojuegos? 11. ¿Qué representa los videojuegos en su vida y por qué? Profundizar.</p>
<p>- Identificar las representaciones mentales de los usuarios adolescentes de videojuegos.</p>	<p>12. Cuénteme sobre un recuerdo positivo que tenga usted jugando video juegos. 13. ¿Qué piensa cuando le digo videojuegos? 14. ¿Cómo se imagina jugando videojuegos, un lugar, amigos, a qué hora...? 15. ¿Se ha imaginado siendo parte de los videojuegos?</p>



	<p>Describame cómo sería su personaje.</p> <p>16. ¿Qué rol tiene en su vida los videojuegos?</p> <p>17. ¿Cómo se imagina que sería un miembro de su familia que juega video juego? proyectiva.</p>
--	--

Fuente: elaboración propia.

4.5 Método para analizar los datos

La teoría fundamentada nos facilita herramientas cuyo propósito es aumentar la sensibilidad y ayudar a reconocer los sesgos, las herramientas analíticas son muy útiles para sensibilizarnos con respecto a las propiedades pertinentes y a las dimensiones de una categoría.

- **La codificación abierta:** proceso analítico por medio del cual se identifican los conceptos y se descubren en los datos sus propiedades y dimensiones, durante la codificación abierta, los datos se descomponen en partes discretas, se examinan minuciosamente y se comparan en busca de similitudes y diferencias.

Entre las tareas analíticas se encuentran las de denominar conceptos, definir categorías y construir categorías en término de sus propiedades y dimensiones.



Tabla 10: Matriz de análisis de entrevistas consolidada Dimensiones de la Cultura

Matriz de análisis consolidada Cultura De Consumo adolescentes en Medellín - Categoría De videojuegos							
Creencias	Sistematización	Valores	Sistematización	Costumbres	Sistematización	Representaciones Mentales	Sistematización
	Análisis		Análisis		Análisis		Análisis
(E:5) "... la verdad es que los videojuegos me hicieron una persona más comprensiva más respetable un poquito más tolerante, porque a veces hay que tener como tolerancia con los juegos..."	(E:5) Tiene la creencia de que los videojuegos le hicieron una persona comprensiva, respetable y tolerante.	(E:4) "para comenzar a reírme o integrarme"	(E:4) Valora que con los videojuegos se puede reír e integrar.	(E:1) "Es que yo juegooo, yo juego free fire y juego FIFA móvil... y juego con amigos" "...a veces conmigo y a veces en línea."	(E:1) Acostumbra a jugar en línea o con amigos.	(E:2) "pues ahí uno conoce a bastantes amigos y puede seguir conectados, aunque ellos estén desde lejos."	(E:1) Representación mental de que puede conocer muchos amigos, aunque estén lejos.
(E:4) "Yo digo que como persona ehh mucho desde la parte social, como yo digo pues los video juegos tienden a ser como un punto de encuentro un punto para conversar, distraerse con los amigos entonces tiende a volverse como un poco más social, yo digo que como hacer nuevas amistades conocer nuevas	(E:4) La creencia de que los videojuegos pueden ser un punto de encuentro para conversar, distraerse y socializar.	(E:5) "...para resolver problemas me ayudaron mucho en otra parte también en ingles que tienen algunos juegos me ayudaron mucho en la etapa académica..." "...cuándo está muy compleja digamos que un ejercicio o un problema ya sea familiar que tenga toma de decisiones muy buenas" "...Bueno yo lo hago con la finalidad	(E:5) Les da importancia a algunos atributos como la resolución de problemas y toma de decisiones.	(E:2) "y ya cuando es de celular buscamos... pues que sean entretenidos o que por lo menos nos gusten."	(E:2) Habitualmente busca que los videojuegos sean entretenidos.	(E:3) "algo para entretenerse." "algo de otro mundo, pues porque de por sí cuando uno juega esos videojuegos uno está es entretenido, uno es como pendiente de otra cosa."	(E:3) Imaginario de que es algo de otro mundo, se puede entretener de las cosas del exterior.



personas pues es como un lazo estrecho yo diría que con la amistad"		de practicar..."					
(E:3) "algo para entretenerse"	(E:3) Cree que los videojuegos son entretenidos.	(E:2) "Nosotros lo utilizamos más que todo para entretenernos..." "me ayudaron a aprender mucho de distintas personas sobre todo si son mayores, le enseñan a uno muchas cosas, y me ayudó mucho en el ICFES y en los estudios."	(E:2) El valor que representa es debido a que le ha ayudado en problemas académicos, además de entretenerlo.	(E:4) "¡eehh! por lo general también es con otras personas, me gusta mucho la parte de la interconexión pues de los video juegos que hay pues como online"	(E:4) Acostumbra a video jugar con otras personas de forma presencial o en línea.	(E:5) "...pues para mí es muy importante porque me aleja un poquito de lo que está pasando a veces, digamos que estoy pasando por un mal momento estoy triste y lo que hago es conectarme..."	(E:5) Representa algo que lo distrae cuando está pasando un mal momento.
(E:6) "los videojuegos para mí son historias que esperan ser vividas, son momentos de la vida en la que uno se sale de una vida y se mete como en otra, son otros espacios de la realidad."	(E:6) Tiene la creencia de que los videojuegos son historias y momentos en los que se puede abstraer de la vida real y entrar a otra realidad.	(E:6) "los videojuegos han sido parte importante de mi vida, siento que gracias a ellos de alguna manera he desarrollado creatividad, eh atención, también me han sacado de momentos tristes,"	(E:6) Le da importancia porque le ha ayudado a ser más creativo, atento y salir de momentos tristes.	(E:6) "Durante mi tiempo libre me gusta leer, me gusta jugar videojuegos, hacer ejercicios, escuchar música, eh, salir a caminar, hago de todo un poco, pero más que todo me gusta jugar cuando tengo más tiempo."	(E:6) De forma habitual, y de acuerdo al tiempo libre, video juega, lee, camina o hace ejercicio.	(E:6) "Para mí representan alegría, representan saber que, si estoy triste, cansado, si digamos me da depresión o algún estado de ánimo me conecto a jugar y mi actitud va a cambiar, me voy a sentir contento o alegre"	(E:6) Tiene la representación de que puede cambiar la actitud y estado de ánimo con el uso de los videojuegos.

Fuente: elaboración propia.

- **La codificación axial:** proceso de relacionar las categorías a sus subcategorías, denominado "axial" porque la codificación ocurre alrededor del eje de una categoría, y enlaza las categorías en cuanto a sus propiedades y dimensiones.

El propósito de la codificación axial es comenzar el proceso de reagrupar los datos que se fracturaron durante la codificación abierta. En la codificación axial, las categorías se



relacionan con sus subcategorías para formar unas explicaciones más precisas y completas sobre los fenómenos. Aunque la codificación axial difiere en su propósito de la abierta, no son necesariamente pasos analíticos secuenciales, de la misma manera que la denominación es diferente a la codificación abierta.

La codificación axial es el acto de relacionar categorías a subcategorías siguiendo las líneas de sus propiedades y dimensiones, y de mirar cómo se entrecruzan y vinculan éstas, además, implica:

1. Acomodar las propiedades de una categoría y sus dimensiones, tarea que comienza durante la codificación abierta.
2. Identificar la variedad de condiciones, acciones/interacciones y consecuencias asociadas con un fenómeno.
3. Relacionar una categoría con sus subcategorías por medio de oraciones que denotan las relaciones de unas con otras.
4. Buscar claves en los datos que denoten cómo se pueden relacionar las categorías principales entre M.

Después de analizar la información, se realizó una matriz, en la cual se clasificó la siguiente información con base en las siguientes categorías:

- Interacción social
- Aceptación social
- Auto realización

Las anteriores categorías han sido identificadas por los adolescentes de Medellín como fundamentales, éstas fueron las mencionadas por los informantes.



5. Análisis de las creencias

Cuando hablamos de creencia estamos refiriéndonos a un constructo útil para dar cuenta de las motivaciones de la conducta. Las creencias se infieren, no se observan, y, al igual que todo lo correspondiente al mundo mental del sujeto, aunque éste nos informara verbalmente acerca de ellas, esta información podría ser falsa, sea porque estemos ante un sujeto mendaz, sea porque el sujeto esté equivocado y se auto engañe. Siguiendo el modelo de aparato psíquico de la primera tópica freudiana –consciente-preconsciente-inconsciente– (22), las creencias inconscientes pueden ser preconcientes y subconscientes; las primeras son aquellas que, advertido el sujeto de su probable existencia –existencia que inferimos de su conducta– repara en ellas y las hace conscientes, con su posible conversión en creencia reflexiva o idea; las segundas son las que el sujeto no reconoce como propias de ninguna manera. En una clasificación muy general de las creencias, habría que diferenciar las creencias individuales y las colectivas, y, entre estas, las creencias sociales propias de un determinado momento histórico y las creencias culturales (religiosas, estéticas, morales, etc.). Obviamente, cada sujeto tiene su propia asunción de las creencias colectivas, así como su propio grado de elaboración y de certeza sobre ellas. Díez, A. (2017)

Para la presente investigación, se analizó las creencias desde una perspectiva individual y colectiva partiendo de la cultura de consumo de los adolescentes de Medellín, en la categoría de videojuegos.

La siguiente tabla da cuenta de la asociación entre las creencias con tres categorías diferentes: Interacción social, Aceptación social y Auto realización, las cuales fueron definidas teniendo como base el análisis e interpretación realizados en las entrevistas y estructuración de la información.



Tabla 11: Asociación de las creencias encontradas en la investigación

ASOCIACIÓN DE LAS CREENCIAS		
Interacción Social	Aceptación Social	Auto realización
Es un punto de encuentro en el que creen que pueden crear lazos duraderos.	La forma en como la sociedad suele percibir a quienes juegan videojuegos, se ha venido cambiando ese estereotipo.	La forma en la que se actúa mientras juega videojuegos puede transmitir tu personalidad.
Se viven y desarrollan historias a través de los videojuegos.	Profesionalizarse siendo usuario de videojuegos.	El desarrollo de la personalidad, adquisición de nuevas habilidades, destrezas y actitud.
Conocer personas creativas, parchadas y felices.	Se cambia la percepción de que los videojuegos son fuente de actitudes nocivas.	Adaptar la forma de actuar con base en comportamientos de videojuegos que se creen son los correctos.

Fuente: Elaboración propia

5.1 Creencias asociadas con la interacción social

Es inherente del ser humano la necesidad de relacionarse con otras personas, comunidades o grupos con los cuales considere que tenga afinidad o intereses compartidos, llevando esto a crear una identidad individual y social; de acuerdo a la identidad social de una persona se construye a partir de la afiliación a diferentes grupos, que pueden ser muy variados, además de evolucionar a través del tiempo. Aquí aparecen la familia, el trabajo, los amigos, grupos políticos, religiosos, etc. Según A. Sen, “estamos influidos, en una manera



sorprendente, por los individuos con los que nos identificamos” (Sen, 2007, 15). Son los procesos de comparación intra e intergrupala que desarrolla el individuo, los que crean las bases de lo que se considera como identidad y también la categorización. Galaz, C. (2008).

Los descubrimientos realizados en la presente investigación frente a la interacción social asociada a las creencias, constituyen un conjunto de opiniones en las cuales, el consumo de videojuegos tiene un enlace directo con el contexto social y su cultura.

Los adolescentes de Medellín exponen el consumo de videojuegos como un punto de encuentro a través de los cuales se logra crear y mantener lazos de amistad a lo largo del tiempo, proponiendo así un entorno de relacionamiento, interacción y afiliación a una comunidad que además, pueden compartir gustos y preferencias, establecen también, que en medio de dichos espacios es posible percibir comportamientos y actitudes que posibilitan el desarrollo de la personalidad, en ocasiones, de forma creativa y multicultural.

Desde otro punto de vista, la noción de poder crear y vivir historias diferentes a las propias a través de los videojuegos aporta otra visión importante respecto a las creencias asociadas a la interacción social, pues se amplía la forma en cómo viven y se comportan en esta categoría de productos.



5.2 Creencias asociadas con la aceptación social

La importancia de gozar de un adecuado grado de aceptación social y habilidades sociales para establecer buenas relaciones dentro de un grupo es cada vez más reconocida por los investigadores, otorgando una relevancia equiparable a la del desarrollo de una alta capacidad académica o intelectual (Goleman, 1996). Un importante indicador de ajuste para el bienestar de un niño es su habilidad para establecer relaciones satisfactorias con sus iguales, sobre todo en el momento de la escolarización en que el niño pasa del principal sistema de socialización, el hogar, al siguiente sistema socializador, la escuela, donde amplía su red de contactos y empieza a ser influido por el comportamiento de sus pares. Morrison y Masten (1991) sugieren que el desarrollo de la autoestima, la estabilidad emocional y la capacidad para relacionarse con los demás están relacionadas con la calidad de las relaciones sociales que se establecen a edades tempranas, y tiene un gran impacto en la adolescencia y la edad adulta de la persona. Mateu, M., Piqueras, J., Rivera, M., Espada, J., & Orgilés, M. (2014)

La noción de ser aceptado por la sociedad aunque subjetiva y propia de cada sujeto, conlleva ciertos estándares o características más susceptibles a ser admitidas en la sociedad para encajar, entre las creencias de los adolescentes de Medellín, se encuentra el aún existente estereotipo de que a través del consumo de videojuegos se pueden desarrollar comportamientos y actitudes nocivas, tales como la irresponsabilidad y adicción al juego, sin embargo, en estos grupos o pequeñas comunidades de video jugadores se desarrollan



parámetros de aceptación diferentes, en los cuales se busca desestimar dicho estereotipo.

En los hallazgos de la presente investigación, y teniendo en cuenta la información obtenida en las entrevistas, se determinó que algunos de los factores claves para la percepción o deseo de querer ser aceptado por la sociedad a través del consumo de videojuegos ha sido el poder profesionalizarse y adquirir diferentes habilidades y competencias a través del uso y consumo frecuente de video juegos; la aprobación de la sociedad se puede facilitar y promover con la adquisición de creatividad, resolución, perspectiva y la popularidad que éstos pueden atraer en las mismas comunidades de video jugadores.

5.3 Creencias asociadas con la auto realización

La auto realización se ha considerado, por lo general, como tendencia básica de la vida humana consistente en la mayor realización posible de las potencialidades únicas de la persona, de todo aquello que esa persona singular puede llegar a ser. Las teorías humanistas más conocidas parecen converger hacia la noción de “crecimiento” o progresión hacia un estado final ideal (autorrealización). En estas teorías se presupone que el hombre lleva dentro de sí una aspiración a dirigirse hacia significados, valores y fines, traspasando así las fronteras existentes. Bernal, A. (2002)

Asociar el consumo de videojuegos con la auto realización da cuenta de la relevancia que tienen éstos en cada individuo o usuario, pues de acuerdo a los descubrimientos realizados



en la presente investigación se logró evidenciar que el consumo de los videojuegos tiene afectación o aporte en el desarrollo de la personalidad, así, como la exaltación en atributos que el individuo considera importantes en su desarrollo personal con los que a su vez logra sentirse satisfecho e incluso realizado, es decir, exitoso.

6. Análisis de las costumbres

En la siguiente tabla se manifiesta las costumbres halladas en la presente investigación respecto al consumo de videojuegos, una costumbre, en palabras de la Real Academia Española, es una práctica tradicional de una colectividad o de un lugar además es una manera habitual de actuar o comportarse, las costumbres que se encontraron a lo largo de la investigación han sido relacionadas con las categorías analizadas en la misma: interacción social, aceptación social y auto realización.

Tabla 12: Asociación de las costumbres encontradas en la investigación

ASOCIACIÓN DE LAS COSTUMBRES		
Interacción Social	Aceptación Social	Auto realización
Interconexión a través de videojuegos on line.	Consumo de videojuegos para compartir con amigos en integraciones.	Realizar varias actividades de forma frecuente que permitan sentir satisfacción y sensación de plenitud.



Recurrir a diferentes plataformas de videojuegos para establecer conexiones y amigos diferentes.	Referentes de entretenimiento.	Adecuar sitios o lugares que promuevan la libertad o comodidad al momento de desarrollar una identidad.
Investigar diferentes géneros de videojuegos multijugadores para desempeñar diferentes roles.	Consumo de productos, videojuegos y accesorios para estar de acuerdo a las tendencias.	Autonomía de acuerdo a los intereses y gustos personales.

Fuente: Elaboración propia

6.1 Costumbres asociadas con la interacción social

- Interconexión a través de videojuegos on line: Es una práctica común que promueve diferentes formas de integración y crea estándares de comunicación y comportamientos, pues al existir o tener la oportunidad de agruparse y reconocerse desde diferentes puntos, estos adolescentes crean lazos de amistad desde diferentes niveles de acercamiento con los cuales se pueden identificar.
- Recurrir a diferentes plataformas de videojuegos para establecer conexiones y amigos diferentes: la costumbre de “visitar” lugares en los cuales se logra el relacionamiento desde diferentes perspectivas y diferentes culturas, sea de forma presencial o virtual, les ayuda a tomar decisiones respecto al tipo de personas en que les gustaría convertirse, el informante 6 lo expresó de la siguiente forma: “son



personas muy parchadas, creativas, de cada uno se aprende un poco” (comunicación personal)

- Investigar diferentes géneros de videojuegos multijugadores para desempeñar diferentes roles: el indagar sobre roles y estrategias en videojuegos es una práctica que promueve e incrementa las expectativas respecto a lo que se espera de todos los integrantes del equipo o grupo que componen los video jugadores, es así, como la tecnología desde otras plataformas u herramientas se convierte en un moldeador y proveedor de nuevas costumbres y tendencias para esta categoría.

6.2 Costumbres asociadas con la aceptación social

- Consumo de videojuegos para compartir con amigos en integraciones: Significa uno de los motivos de mayor relevancia para los adolescentes de Medellín consumidores de videojuegos, ya que en este punto es dónde se define la forma en cómo consumen los videojuegos e influye directamente en las dinámicas o modalidades de integración donde no sólo se lleva a cabo el video jugar, si no también actividades de socialización.
- Referentes de entretenimiento: Representa el hábito que tienen los usuarios de videojuegos de aceptar e incluso solicitar o indagar en opiniones referente a los



videojuegos que pretenden consumir, lo anterior, aporta o hacer parte de la búsqueda de la aceptación social, debido a que escuchan y llevan a cabo los hábitos de consumo de los demás integrantes de la comunidad de videojuegos, al punto que dichos comentarios u opiniones son el punto de partida al momento de decidir qué y cómo consumir los videojuegos.

- Consumo de productos, videojuegos y accesorios para estar de acuerdo a las tendencias: el consumo de videojuegos promueve la actualización y seguimiento de las tendencias en cuándo a géneros, consolas, videojuegos y accesorios, la presión o influencia social lleva a adoptar la costumbre de estar constantemente actualizándose incluso, en la práctica, pues buscan capacitarse para mantener un estándar en la participación y otros aspectos impuestos por la sociedad, cómo lo qué usan al jugar y para jugar, siendo estas prácticas adoptadas por estas comunidades de videojuegos.

6.3 Costumbres asociadas con la auto realización

- Realizar varias actividades de forma frecuente que permitan sentir satisfacción y sensación de plenitud: la percepción que tiene cada persona sobre el sentido de auto realización es subjetiva, de forma, que cada uno desarrolla una identidad de sí mismo como individuo y ante la sociedad, adoptando un estilo de vida, que junto con sus actividades de entretenimiento, representan su estilo personal, es así como la práctica



frecuente y sostenida de videojuegos, pasa entonces de ser una actividad de mero entretenimiento, para convertirse en una costumbre la cual hace parte fundamental para sentir satisfecha su necesidad de auto realización...

- Adecuar sitios o lugares que promuevan la libertad o comodidad al momento de desarrollar una identidad: ...por otro lado, en la construcción de esta personalidad,, la cual se ve influenciada por sus hábitos de consumo en los videojuegos, se desarrolla su sentido de la estética y comodidad, y a través de decisiones de consumo que siguen una línea con la cual se identifican adquieren la costumbre de consumir productos de la categoría de videojuegos que les permita sentirse cómodos mientras son usuarios de éstos.

“... me gusta que la experiencia sea lo más placentera posible para mí.”
(comunicación personal)

- Autonomía de acuerdo a los intereses y gustos personales: el conocimiento de sus gustos, habilidades, preferencias y atributos que le proveen los videojuegos, le permiten al usuario tomar sus decisiones frente a aspectos que involucran el proceso de compra y consumo de los videojuegos, considerándose como un medio para desarrollar y expresar la personalidad.



7. Análisis de las representaciones mentales

En la tabla número 18, se evidencia las representaciones mentales que los adolescentes de Medellín tienen, respecto al uso y consumo de videojuegos, además, se expone el análisis hecho con relación a las categorías estudiadas: la interacción social, aceptación social y auto realización.

Las representaciones mentales, son representaciones características de un conjunto de realidades o bien de una realidad individual. Obviamente los conceptos pueden ser más o menos precisos, desde las definiciones hasta conceptos vagos que funcionan con mayor o menor éxito, pero en cualquier caso se trata de tipificar la información. Pascual, F. (2017)

Tabla 13: Asociación de las representaciones mentales encontradas en la investigación

ASOCIACIÓN DE LAS REPRESENTACIONES MENTALES		
Interacción Social	Aceptación Social	Desarrollo personal/Auto realización
Compartir lo que representa un hobby o actividad de entretenimiento para un círculo determinado de personas de forma presencial o virtual.	Apariencia, referentes y estándares del físico y roles de cada persona.	Sensaciones emocionales de logro y superación.
	Sentimiento de acompañamiento y crecimiento a través de los años.	Reflejo de la personalidad y habilidades alcanzadas.



Representación de alegría, felicidad y comodidad, además de acompañamiento y descubrimiento personal.	Sensación de tranquilidad por estar con personas afines compartiendo algo en común.	Proyección y motivación a través de ídolos o estilos de vida que puede replicar.
---	---	--

Fuente: Elaboración propia

7.1 Representaciones mentales asociadas con la interacción social

Se debe tener en cuenta la forma simbólica de las interacciones sociales a través de los videojuegos, ya que éstas, también se puede presentar en realidades alternativas, lo que establece, para esta investigación, que las formas de acompañamiento y sensación de tranquilidad y descubrimiento personal se puede ver representada incluso a través de tendencias de consumo disruptivas y de formas poco tradicionales.

7.2 Representaciones mentales asociadas con la aceptación social

Los adolescentes de Medellín consumidores de esta categoría, en la forma en cómo se refieren a lo que representa para ellos los videojuegos, y los atributos que le han asignado a los mismos, dan cuenta del imaginario que tienen sobre ser partícipe de esta comunidad de jugadores, quienes han atribuido a las dinámicas, formas y procesos de compra, uso y consumo gran capacidad de influencia sobre cómo se pueden sentir a través de éstos, además de estándares de comportamiento y personalidad.

El imaginario que tienen los adolescentes de Medellín a cerca de los videojuegos denota afinidad en procesos de socialización, y en adición a esto, la importancia cultural que tienen estas comunidades, al punto de continuar con modelos y elementos socialmente aceptados



con el fin de terminar con estereotipos que no los representan.

7.3 Representaciones mentales asociadas con la auto realización

La auto realización, incluye la satisfacción de la individualidad en todos los aspectos. Para que una persona inicie su proceso de autorrealización debe haber satisfecho muchas necesidades previas, para que éstas no interfieran ni utilicen energías que están abocadas a este desarrollo. Las personas que desean autorrealizarse desean ser libres para ser ellas mismas. Las personas que se autorrealizan siguen las normas y modelos de conductas dictadas por la cultura en acuerdo con su sentido del deber, pero si éstas interfieren con su desarrollo, fácilmente reaccionan contra ellas. Entre ellas se encuentran las necesidades de satisfacer nuestras propias capacidades personales, de desarrollar nuestro potencial, de hacer aquello para lo cual tenemos mejores aptitudes y la necesidad de desarrollar y ampliar los meta motivos (descubrir la verdad, crear belleza, producir orden y fomentar la justicia). Elizalde, H., Martí, V. & Martínez, S. (2006)

Entendiendo lo anterior, se establece que de acuerdo con la información de los informantes en las entrevistas, los videojuegos son una forma que simboliza el cómo alcanzar la auto realización, pues el consumo en esta categoría les provee de cierta forma un propósito, aunque sea por entretenimiento, con el cual sienten superación, las sensaciones adquirida a través de éste consumo les permite e impulsa para comprender atributos propios presentes y aquellos que se sienten motivados a alcanzar, construyendo así su personalidad teniendo en cuenta la proyección que se genera en su mente por vía propia o por la influyente cultura de consumo de estas comunidades de video jugadores.



8. Análisis de los valores

Los valores encontrados en la cultura de consumo de videojuegos en los adolescentes de Medellín se presentan en la siguiente tabla, en la cual se hace análisis respecto a las categorías interacción social, aceptación social y auto realización.

Durante la estancia del hombre sobre la tierra, éste ha desarrollado conjuntamente con sus semejantes una serie de normas y estilos de vida que de alguna manera han regido su conducta en sociedad. Esta serie de actividades se conocen como valores humanos y son pautas probadas por la experiencia con las cuales se guían en el mundo todas las culturas que lo habitan; los valores se derivan de una elección personal basada en convicciones, opiniones, prejuicios y estándares. Son dinámicas las personas que buscan valores, los prueban y los cambian. Sin embargo, el proceso es lento ya que la tendencia humana es repetir y continuar las formas de vida por todo el tiempo que sea posible. Cota, A. (2002)

Tabla 14: Asociación de los valores encontradas en la investigación

ASOCIACIÓN DE LOS VALORES		
Interacción Social	Aceptación Social	Auto realización
Amistad	Confianza	Auto gestión
Tolerancia	Perseverancia	Superación



	Paciencia	Esfuerzo
--	-----------	----------

Fuente: Elaboración propia

8.1 Valores asociadas con la interacción social

- Amistad: Representan los lazos de amistad que se crean y se mantienen a través del uso de video juegos, siendo estos duraderos, en el cual, se logra la integración con nuevas personas de diferentes culturas, desarrollando así la personalidad y la forma de interactuar y socializar.
- Tolerancia: hace referencia a los atributos que se adquieren por la práctica y consumo frecuente de videojuegos, debido a que, al conocer diferentes culturas, opiniones y formas de juegos, además de los diferentes objetivos de juegos y el rol que desempeña cada jugador en los mismos, permite e impulsa el ser tolerantes con las demás personas y sus opiniones o acciones.

8.2 Valores asociadas con la aceptación social

- Confianza: Hace referencia a la confianza depositada en cada jugador, cuando se



trata de videojuegos en multijugador, al asistir a encuentros e integraciones pactado, además, de cumplir con los requisitos y tareas que debe desempeñar cada uno en el rol o personaje que deba desempeñar, este valor, de acuerdo a hallazgos de la investigación, está relacionado con la aprobación del grupo social más cercano a ellos, en este caso, sus amigos.

- Perseverancia: éste es referente a un calificativo, en el cual que le dan los video jugadores a atributos relacionados con la resiliencia y el no darse por vencido, no sólo mientras se juega, sino incluyendo la práctica o entrenamiento con el fin de lograr ser más habilidoso y desarrollar destrezas que son eficientes cuando se está video jugando.
- Paciencia: se refiere, desde lo social, al comportamiento que se tiene al momento de integrarse específicamente para jugar videojuegos competitivos, ya que el consumo de videojuegos con estas características exige, en términos de estrategia y colaboración, que se logre esperar de forma consciente las tácticas correspondientes a cada jugador.

8.3 Valores asociadas con la auto realización

- Auto gestión, por medio del cual, cada usuario de video juegos, organiza y



planifica su tiempo de acuerdo a sus responsabilidades, metas o propósitos individuales, teniendo en cuenta el tiempo libre y las actividades en las que quiere o debe invertirlo.

- Superación, a través del cual los adolescentes de Medellín, usuarios de videojuegos buscan encontrar la capacidad de desarrollar nuevas habilidades y capacidades prácticas para la vida personal, profesional y en su entorno social, contribuyendo esto a la consecución de sus propósitos individuales.
- Esfuerzo: los jugadores buscan un grado de satisfacción a nivel personal por las acciones realizadas individualmente y la influencia que éstas tienen a nivel personal y en su desarrollo como usuario de videojuegos, ya sea de forma individual o jugando con otras personas, en este punto buscan ser más competitivos, sin embargo, es una búsqueda de reconocimiento propio para explorar y construir su identidad.



9. Discusión

En esta investigación se logró poner en evidencia, cómo la cultura interviene en el consumo, proceso de compra y dinámicas de uso de videojuegos. Lo antes dicho, como respuesta al análisis realizado a las diferentes dimensiones del consumo: creencias, valores, representaciones mentales y costumbres, las cuales, además, se asociaron de forma detallada y estructurada a categorías dadas gracias a la información proporcionada por los informantes y en base a las entrevistas: interacción social, aceptación social y auto realización.

En palabras de Zamora, J. (2007) El consumo no es la compra: es un hecho global que recorre la totalidad de nuestra vida y que implica prácticas sociales, ensueños e identificaciones que ocupan nuestros espacios y tiempos, al tiempo que redefine nuestras identidades. El término cultura del consumo alude a una gran variedad de experiencias nuevas, a nuevos modos de nombrar y representarnos el universo del consumo, a nuevas formas de entendernos a nosotros mismos. implica por tanto un nuevo saber hacer (pautas), nuevas representaciones (construcciones conceptuales y metafóricas) y nuevas identificaciones.

Estos tres niveles se desarrollan a su vez en tres circuitos: comprar, gastar y consumir.

- comprar: para muchos (sobre todo los representantes del conductismo y el preferencialismo microeconómico), consumir es sinónimo de comprar. oferta y demanda, utilidad del objeto y maximización coste/beneficio es lo central.
- gastar: conjunto de prácticas sociales de consumo en las que la pérdida, el despilfarro, el gasto suntuario y el consumo conspicuo no son excepcionales ni irracionales sino procesos grupales duraderos y abundantes (Bataille, Mauss).



- consumir: los sujetos se consideran agrupados en segmentos que redefinen las clases sociales y los grupos de edad o de género. más allá del objeto signo, hoy se consumen meta marcas, perfiles que configuran estilos de consumo y de vida.

Algunas de las invenciones dadas a través de la investigación, análisis e interpretación fueron que los videojuegos son un medio de entretenimiento y socialización a través de los cuales los usuarios logran desarrollar su personalidad, lograr relaciones duraderas y formar su identidad, valor y sentido de la realización, siendo éstos una fuente o satisfactor para múltiples necesidades de diferentes niveles del sujeto, al mismo tiempo, permiten e impulsan al usuario a desenvolverse y ampliar sus habilidades y preferencias respecto a lo que busca ser como persona, profesional y ser dentro de una comunidad.

De las necesidades anteriormente mencionadas, y tomando por referencia la pirámide de Maslow, la cual se puede observar en la figura N°5, el consumo de videojuegos logra satisfacer las siguientes:

- Necesidad de Auto realización, a través de la superación y cumplimiento de metas que logran con la práctica frecuente de videojuegos, adquiriendo así sentido de utilidad y compensación por mérito propio.
- Necesidad de reconocimiento, ya que alcanzan y se ganan el respeto y confianza de los integrantes de sus grupos o comunidades, favoreciendo estas acciones la autoestima y reconocimiento-construcción de sí mismos.
- Necesidad de Afiliación/Sociales, por medio del vínculo y lazos de amistad que generan con otras personas en diferentes plataformas o puntos de encuentro, siendo estos influenciadores en la toma de decisiones sobre la forma y dinámicas de



consumo.

Figura 3: Pirámide de Maslow.



Fuente: Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/piramide-de-maslow.html>

Como aporte a la investigación y teniendo en cuenta la información recolectada, así como los descubrimientos e interpretaciones, se definieron tipologías de consumidores, de forma que sea posible caracterizar, agrupar y reconocer a los adolescentes de Medellín, en la categoría de videojuegos.

La construcción de tipologías en sociología, como procedimiento de conceptualización y análisis empírico, constituye un recurso habitual de la investigación donde cabe establecer la distinción y la interrelación entre contenido y forma del objeto de estudio, entre modelo teórico y modelo metodológico. López, P. (1996)



9.1 Propuesta de tipologías

Tabla 15: Tipologías de adolescentes de Medellín, según la cultura de consumo de videojuegos.

Nombre	Definición	Características
Jugador ocasional	Son jugadores que se caracterizan por estudiar y/o trabajar, tienen pocas responsabilidades, pero son conscientes de que deben cumplirlas, buscan equilibrio en su vida social y suelen tener amigos cercanos e incluso duraderos, comparten valores como el trabajo en equipo y colaborativo, consideran el valor de la amistad como algo importante. Ejemplo de consumo: Fútbol	<ul style="list-style-type: none">- Juega en su tiempo libre sin dejar de lado sus responsabilidades.- Mantiene sus relaciones interpersonales con compañeros de trabajo o estudio, a través de integraciones presenciales.- Quiere tener un equilibrio entre las actividades de entretenimiento en casa y el exterior.- Relacionan el jugar videojuegos con una interacción social en la que pueden conocer personas y culturas.- Frecuentan actividades físicas y/o deportivas como alternativa para mejorar habilidades o poner en práctica las aprendidas en videojuegos.
Jugador Aficionado	Son jugadores de corto plazo, no suelen obtener mucha satisfacción de estas actividades, prefieren la interacción social física, quieren pertenecer, están en búsqueda constante de aceptación social, no logran ser constante en sus actividades de ocio, son altamente influenciables. Ejemplo de consumo: Mario Bross	<ul style="list-style-type: none">- Se ven interesados por conocer nuevas formas de dispersión.- Conocen poco sobre tecnología o videojuegos, tendencias o actualizaciones de los mismos.- Suelen darles poca importancia a los videojuegos e incluso dejan de practicarlo con el paso del tiempo.
Meta jugador	Son jugadores estratégicos, que planifican y organizan su tiempo para lograr encuentros simultáneos en el mundo on line, su principal interacción social es a través de mundos virtuales y con sus avatares, son comprometidos con los videojuegos y se actualizan constantemente sobre tendencias y nuevas habilidades para mejorar su desempeño, juegan únicamente en computadores. Ejemplo de consumo: League of Legends	<ul style="list-style-type: none">- Planifican sus encuentros con anticipación.- Tienen claridad del rol que desempeñan en el videojuego que practican que por lo general es el mismo a lo largo del tiempo.- Desarrollan su avatar de acuerdo a la personalidad y viceversa, por lo cual son observadores, de actitud pasiva e introvertida.- Tienen poder de adquisición, ya sea por desempeñar una actividad remunerada o por tener padres que patrocinan esta actividad.- Categorizan los videojuegos como actividad social, por lo cual sus amigos en el mundo on line son sus únicos amigos, les cuesta la interacción social, pero los amigos que logran son a largo plazo.
Jugador Alternativo	Son jugadores dedicados únicamente a estudiar, con pocas responsabilidades y padres ocupados, socializan	<ul style="list-style-type: none">- No realizan compras en videojuegos muy elevadas, únicamente utilizan celulares propios o prestados.



	mucho, su entorno social es numeroso, el tiempo invertido en jugar videojuegos es poco, pero con mejora en el desempeño, son habilidosos, extrovertidos y mantienen amistades largas y con muchas personas. Ejemplo de consumo: Free Fire	<ul style="list-style-type: none">- Cuentan con muchas formas y alternativas de entretenimiento por lo que no consideran una dificultad o pérdida no jugar con videojuegos.- No les gusta estar solos, tienden a estar acompañados, tener amistades largas, pero no profundas.
Jugado habilidoso	Son jugadores inteligentes, proyectivos y motivados, consideran que pueden obtener remuneración a través de la práctica de videojuegos, suelen invertir mucho tiempo en mejorar sus habilidades, asisten a torneos, ferias o actividades que permitan fortalecer su desempeño, son altamente sociales y disciplinados, analíticos y observadores. Ejemplo de consumo: Fornite, Call of duty o GTA V	<ul style="list-style-type: none">- Prefieren utilizar computadores o consolas (nunca celulares).- Se capacitan y entrenan constantemente.- Buscan diferentes formas de monetizar su actividad de entretenimiento.- Invierten tiempo y recursos para mejorar, tienen equipos o compañero para entrenar.- Se consideran muy buenos, tienen confianza, seguridad y liderazgo, son extrovertidos.

Fuente: Elaboración propia



10. Conclusiones

La cultura como tejido social que incluye diferentes dimensiones (costumbres, creencias, representaciones mentales y valores) lo cual se evidenció en la presente investigación, ejerce un alto grado de influencia en los procesos de consumo de los usuarios de videojuegos, por lo que podemos concluir de forma detallada lo siguiente:

- Los usuarios de videojuegos creen que los videojuegos son una actividad de entretenimientos en el cual pueden invertir su tiempo libre con el fin de distraerse, dispersarse e incluso abstraerse de su realidad cuando ésta supone momentos de tristeza o problemas personales.
- Se tiene la creencia de que por medio de los videojuegos y las plataformas en la que éstos se presentan se pueden crear y mantener lazos de amistad, en las cuales las integraciones pueden ser de tipo virtual y presencial.
- Habitualmente, los adolescentes de Medellín en la categoría de videojuegos basan sus decisiones de compra y consumo de esta categoría basados en la opinión y comentarios de su grupo más cercano, es decir, comunidades videojuegos, esto con el fin de lograr aceptación y aprobación social.
- Con frecuencia, los usuarios desarrollan su personalidad en base a los videojuegos que consumen, siendo de gran influencia respecto a sus gustos, la percepción de comodidad, y su búsqueda por construir una personalidad en la cual sientan que tienen autonomía y poder de toma de decisiones con el fin de sentirse auto realizados.



- El valor asignado a los videojuegos radica en el sentimiento de compañía que éstos han proporcionado a los usuarios a lo largo de su crecimiento, ya que se genera un vínculo basado en recuerdos positivos y que, además, el consumir estos productos les genera tranquilidad.
- El reconocimiento como individuo y como parte de una comunidad con intereses compartidas son atributos valorados por los adolescentes de Medellín en la categoría de videojuegos, de acuerdo a los hallazgos de la presente investigación, la autoestima y percepción de sí mismo cambia de forma positiva como producto de dichas acciones.
- Se tiene el imaginario de que compartir actividades con intereses compartido representa una conexión con otras personas con quienes se puede interactuar de forma física o virtual para entretenerse.
- Existe la idea de que los atributos más importantes de sí mismo y de sus familiares son los más propensos a proyectarse en una realidad diferente vivida a través de los video juegos, además, se tiende a hacer proyecciones de lo que pretenden lograr en su vida personal y profesional de formas simbólicas, como ídolos o imaginarios de lo que esperan ser o alcanzar.



11. Recomendaciones

La propuesta de tipologías realizada en la presente investigación podrá ser utilizada de forma estratégica por el sector privado de las siguientes formas:

- Generar propuestas de valor en el proceso de compra, consumo y experiencia de consumo de los usuarios de videojuegos.
- Proponer productos y servicios acordes a las necesidades o características de cada tipo de jugador.
- Realizar estudios a profundidad o investigación de mercados para cada nicho de video jugador con el fin de conocer
- Conocer el comportamiento de los consumidores de cada categoría con el fin de predecir patrones de consumo.
- Indagar en los estilos de vida para crear propuestas en cuanto a productos o servicios complementarios en el área de entretenimiento.



12. Bibliografía

Ameigeiras, A. Chernobilsky, L. Giménez, V. Mallimaci, F. Mendizábal, N. Neiman, G. Quaranta, G. y Soneira, A. (2006). Estrategias de investigación cualitativa.

Arias, P.G. (2002) La cultura.

Arnould, J.E. & Thompson, J.C. (2005) Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research.

Askegaard, S. (2015) Consumer Culture Theory (CCT).

Balcázar Nava, P. González-Arriata, N. Gurrola Peña, G. & Moysén Chimal, A. (2013). La investigación cualitativa.

Bernal, A. (2002) El concepto de “Autorrealización” como identidad personal. Una revisión crítica.

Bourdieu P. (1998) La distinción: criterio y bases sociales del gusto.

Canclini N.G. (1999) El consumo cultural: una propuesta teórica.

Carrillo Vera J.A. (2015) La dimensión social de los videojuegos “On line”: de las comunidades de jugadores a los “E-sports”.

Cobo, C. E. (2017) El comportamiento humano. *Cuadernos de Administración*, 19(29), 113.

Cooney, T. (1999) Examining what we belief about beliefs.



Cota, A. (2002) La importancia de los valores en el desarrollo humano de la organización.

Defez Martin, A. (2005) ¿Qué es una creencia?

Del Moral, M. E. & Fernández, L. C. (2015) Comunidades virtuales de videojugadores: Comportamiento emocional y social en poupée girl.

Díez Patricio, A. (2016) Más sobre la interpretación (II). Ideas y creencias.

Entertainment Software Association, (2020) Essential facts about Video Games Industry.

Elizalde, H., Martí, V. & Martínez, S. (2006) Una revisión crítica del debate sobre las necesidades humanas desde el Enfoque Centrado en la Persona.

Estalló, J.A. (1995) Los videojuegos: Juicio y prejuicios. Editorial planeta. Barcelona.

Fronzizi, R. (1995) ¿Qué son los valores?

Galarsi, M., Medina, A., Ledezma, C., & Zanin, L. (2011). Comportamiento, historia y evolución. Fundamentos En Humanidades.

Galaz, C. (2008) Las relaciones de cooperación y exclusión entre personas con referentes diversos. Un estudio socioeducativo sobre la alteridad.

García Canclini, N. (1995) Consumidores y ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización.



Giménez G. (1982) Para una concepción semiótica de la cultura.

González A., (2016) Formación en Valores Éticos: ¿Posibilidad o Utopía? Escenarios, 14 (2), p, p 120-128

Graburn, H.H.N. (2000) What is Tradition?

Grande, I. Marketing Cross-Cultural.

Guerrero Bejarano, M.A. (2016) La investigación cualitativa.

Herrejón Peredo, C. (1994) Tradición. Esbozo de algunos conceptos.

Hofstede, G. Hofstede, G.J. & Minkov, M. (2010) Cultures and Organizations, Software of the mind.

Jiménez J. C. (2008) El Valor de los Valores en las Organizaciones.

Krygier, M. (1986) Law as tradition.

Lafrance J.P (2003) El juego interactivo: el primer medio de masas de la era electrónica.

Lager, A., & Brenberg, S. (2005) Health Effects of Video and Computer Game Playing: A systemic review of scientific studies. Suecia: National Swedish Public Health Institute.

Levis, D. (1997) Los videojuegos, un fenómeno de masas.



López, P. (1996) La construcción de tipologías: Metodología de análisis.

López Trujillo, P.A. (2014) Prácticas culturales de fidelización de la panadería tradicional de Manizales.

López, P. L. (2004) Población muestra y muestreo. *Punto cero*, 9(08), 69-74.

Maldonado González, A.L., González Gaudiano, E.J., & Cajigal Molina, E. (2019) Representaciones sociales y creencias epistemológicas. Conceptos convergentes en la investigación social.

Mateu, M., Piqueras, J., Rivera, M., Espada, J., & Orgilés, M. (2014) Aceptación/Rechazo social infantil: Relación con problemas emocionales e inteligencia emocional.

Martínez Padrón, O.J. (2013) Las creencias en la educación matemática.

Moncada J.J. & Chacón A.Y. (2012) El efecto de los videojuegos en variables sociales, psicológicas y fisiológicas en niños y adolescentes.

Neme, S., & Rodríguez-González, L. (2013) Consumo simbólico: una perspectiva sociocultural en la comprensión del comportamiento del consumidor. *Revista Iberoamericana de Psicología: ciencia y tecnología*, 6 (2), 27-33.

Newzoo, (2020) Reporte anual.

Palacios Navarro, S. (1997) Los valores humanos y la comprensión de la desobediencia civil.



Pascual, F. (2017) Representación y creación mental.

Peralta Martínez, C. (2009) Etnografía y métodos etnográficos.

Pérez Romero, L.A. (2004) Marketing Social.

Raiter, A. (2010) Representaciones sociales.

Rita Otero, M. (1999) psicología cognitiva, representaciones mentales e investigación en enseñanza de las ciencias.

Sáez, E. (2009) Videojuegos de universos persistentes. La comunicación en la construcción de una vida virtual. Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura.

Sánchez, N. Padilla Zea, F. L. Gutiérrez, M. J. Cabrera (2008) De la Usabilidad a la Jugabilidad: Diseño de Videojuegos Centrado en el Jugador.

Sandoval Casilimas, C. A. (1996) Investigación cualitativa.

Sedeño A. (2010) Videojuegos como dispositivos culturales: las competencias espaciales en educación. Revista científica de Educomunicación.

Serbia, J. M. (2007) Diseño, muestreo y análisis en la investigación cualitativa. *Hologramática*, 4(7), 3.



Smith, E. E., & Kosslyn, S. M. (2007) *Cognitive psychology: Mind and brain*. Nueva York: Prentice Hall.

Spencer-Oatey, H. (2012) *What is culture? A compilation of quotations*. GlobalPAD Core Concepts.

Strauss, A. & Corbin, J. (1990) *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*.

Sunkell, G. (2002) *Una mirada otra. La cultura desde el consumo*.

SuperData, (2020) *Year in review*.

Tamato alzate, Oscar Eugenio y Neus Sanmartí, P. (2003) Estudio multidimensional de las representaciones mentales de los estudiantes. Aplicación al concepto de respiración. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales Niñez y Juventud*, 1 (1), pp. 181-205.

Thompson Craig, J. & Arnould Eric, J. (2018) *Consumer Culture Theory*.

Tylor, E.B. (1871) *Primitive culture*.

Vanegas García, J. H. (2017). Los valores en la vida cotidiana. *ÁNFORA*, 7(14), 63-70.

White, L.A. (1959) *The concept of culture*.

Zamora J.A. (2012) *El consumo como cultura*. Revista crítica.

Zamora, J.A. (2007) *La cultura del consumo*.



Zapata Carvajal, E.J. (2019) Cultura De Consumo De Las Mujeres Profesionales Ibaguereñas, Análisis En La Categoría De Producto Prendas De Vestir.

13. Anexos

Anexo no. 1: guía general de entrevista

1. *¿Cuáles son las costumbres de los usuarios adolescentes de videojuegos?*

- Durante su tiempo libre, normalmente ¿a qué se dedica?
¿cómo usa su tiempo libre en el día? A qué le dedica tiempo.
- ¿Tiene algún espacio asignado o normalmente en su casa dónde juega?
- ¿con que personas comparte o interactúa para jugar videojuegos y por qué?
- ¿Qué suele hacer cuando va a comprar un videojuego? ¿cómo lo hace?
- ¿En qué lugares y qué formas de pago suele usar al momento de comprar videojuegos?

2. *¿Cuáles son los valores de los usuarios adolescentes?*

- ¿Qué importancia le da usted a los videojuegos en su vida?
- Defíname lo que usted siente al jugar videojuegos.
- ¿cómo se siente luego de jugar videojuegos, o con qué finalidad lo hace? (habilidades/diversión)
- ¿Qué aspectos tiene en cuenta para elegir jugar videojuegos frente a otras actividades de entretenimiento en su tiempo libre? Qué lo motiva a elegir los videojuegos.

3. *¿Cómo identificar las “representaciones mentales” de los usuarios de adolescentes de videojuegos?*



- Cuénteme sobre un recuerdo positivo/negativo que tenga usted jugando video juegos.
- ¿Qué piensa cuando le digo videojuegos?
- ¿Cómo se imagina jugando videojuegos, un lugar, amigos, a qué hora...?
- ¿Se ha imaginado siendo parte de los videojuegos? Descríbame cómo sería su personaje.
- ¿Qué rol tiene en su vida los videojuegos?
- ¿Cómo se imagina que sería un miembro de su familia que juega video juego? proyectiva.

4. *¿Cuáles son las creencias de los usuarios adolescentes de videojuegos?*

- ¿Qué consideras que son los videojuegos?
- ¿Qué representa los videojuegos en su vida y por qué? Profundizar.
- ¿Qué lugar cree usted que ocupa los videojuegos en su vida?
- ¿Qué le aportan los videojuegos a su vida y calidad de persona?
- ¿Qué piensa sobre las personas que tienen este hobby de los videojuegos y de quienes no lo tienen?
- ¿Cuál es su videojuego favorito y por qué cree que lo es?



Anexo no. 2: Entrevista 1

FECHA: enero 24 de 2022

LUGAR: Cra 66 #52 - 60

ENTREVISTADO: Tom Cardoso

EDAD: 14

Dispositivo utilizado: Celular

OCUPACIÓN: Estudiante grado octavo.

I: Investigador

E: Entrevistado

I: Buenas tardes, mi nombre es Hilary Zapata, en este momento me encuentro realizando una Maestría con la Universidad de Manizales, y estoy desarrollando una investigación para poder identificar la cultura de consumo de videojuegos en adolescentes entre 12 y 17 años, por este motivo nos encontramos hoy reunidos, podrías presentarte por favor.

E: Tom... Tom Cardoso Carrer.

I: Listo, le pregunto: ¿usted durante su tiempo libre normalmente qué hace?

E: Juego...

I: ... ¿y qué más? Pues aparte de jugar.

E: Leo.

I: ¿usted está estudiando?

E: Sí.

I: ¿en qué grado está?

E: Octavo

I: y, bueno, y usted ehh durante su día, ¿usted qué hace? En un día normal usted ¿a qué se dedica?



E: Si tengo tareas, hacer tareaaas, y después juego.

I: ¿y usted juega en dónde su casa? Tiene como un sitio así...

E: Sí en el cuarto, en la pieza.

I: Bueno, y le pregunto... ¿usted juega sólo o juega acompañado? En línea...

E: Es que yo juegooo, yo juego free fire y juego FIFA móvil...

I: Mmmji

E: ... y juego con amigos.

I: ¿y todos están en línea o están ahí con usted?

E: No, a veces conmigo y a veces en línea.

I: A bueno, le pregunto usted cuándo ehh elije esos videojuegos normalmente cómo los elije, cómo lo hace... pues ve que le gustan, que están de moda o usted qué...

E: No pues yo pregunto como las recomendaciones que, del juego y ya pues lo instalo y si me gusta lo dejo instalado.

I: ehh, cuénteme algún como alguna historia o un recuerdo así bueno que usted tenga que estaba jugando y le pasó como algo chévere, algo positivo...

E: ayy jajaja no me acuerdo.

I: ¿no?... listoo y cuándo yo le digo a usted la palabra videojuegos ¿usted en qué piensa?

E: En jugaaaar.

I: En jugar, listo... pues es que es normal, le pregunto. ¿cuándo usted se ha imaginado jugando, pues ya sea en otras consolas o en otros espacios, usted, pues cómo se lo imagina? En una pieza o en un lugar adecuado así o en una tienda... pues no sé.

E: pues no, pues un espacio pues pa eso, que yo lo tenga pa eso.

I: ¿cómo adecuado?

E: Sí eso.

I: Le pregunto usted, para usted pues ¿en su vida los videojuegos son muy importantes o pues normal?

E: normal.

I: y, usteed, imaginemos que usted estás, su familia esta, es un videojuego, y usted,



¿cuál sería su rol? O sea, ehh por ejemplo hay un video juego no sé de futbol, lo que usted dijo, usted quién sería o su familia quiénes serían, pues de jugadores o ¿cómo sería?

E: Yo, yo escogería ser cristiano, ese es mi ídolo en el futbol.

I: y por decir su papá o su hermano ¿quiénes serían? O qué roles...

E: Esa si no sé.

I: Bueno... le pregunto usted eem pues usted díganos, le pongo un ejemplo, para usted su... ¿usted tiene hermanos?

E: Sí, tengo una hermana.

I: Bueno ¿para usted sus hermanos son importantes?

E: Sí obvio.

I: Bueno, y si yo le digooo...eh para usted los videojuegos son importantes o no le importa si deja de jugar en algún momento... o si lo castigan usted se enoja.

E: No, si me están castigando es por algo que hice malo, no me importa.

I: Bueno, muchísimas gracias, eso es todo.



Anexo no. 3: Entrevista grupal (2 y 3)

FECHA: enero 24 de 2022

LUGAR: Virtual.

ENTREVISTADO 1: Giovani Varela

EDAD: 17 años

Dispositivo utilizado: Celular

OCUPACIÓN: Estudiante universidad.

ENTREVISTADO 2: Mateo Puchín

EDAD: 15 años

Dispositivo utilizado: Play 4 y celular

OCUPACIÓN: Estudiante

I: Investigador

E1: Entrevistado 1

E2: Entrevistado 2

I: Bueno entonces mucho gusto, mi nombre es Hilary Sthefanny Zapata, en este momento yo estoy haciendo una maestría en Mercadeo en la Universidad de Manizales, por lo que estoy en la etapa de investigación y por eso nos encontramos en este momento en esta entrevista, yo les voy a hacer algunas preguntas, entonces la idea es que sea muy conversado, que ustedes me puedan dar la mayor información posible, entonces yo puedo hacer la misma pregunta y primero me la responde Giovani y después Mateo, no tiene que ser igual, puede ser diferente que es la idea.

E1: Listo, estoy de acuerdo.

I: Para empezar, se podrían presentar con el nombre completo en la edad por favor.

E1: Giovani Varela y tengo 17 años



I: 17, y Mateo.

E2: Mi nombre es Mateo Puchín y tengo 15 años.

I: Les pregunto, ¿ustedes en qué grado están?

E1: Yo en la universidad, estoy empezando.

E2: Yo estoy en decimo.

I: Les pregunto: ¿ustedes durante su tiempo libre normalmente a qué se dedican?

E1: Depende, si estoy muy desocupado juego en el celular, otras veces voy y juego futbol o ya trabajo.

I: ¿y, Mateo?

E2: eeh yo, eeh a veces juego en el celular y a veces toca ayudarle a mi papá en el trabajo.

I: ¿y ustedes de pronto tienen algún lugar asignado en sus casas donde ustedes se pongan a jugar en sus celulares? ¿O es en cualquier parte?

E1: Yo más que todo en la pieza, pues en el cuarto.

E2: Yo también en la pieza, y pues si, a veces voy a la sala, como el juego es on line...

I: ¿y ustedes con qué personas... es decir, ustedes comparten con otras personas cuando están jugando?

E1: Sí, pero más que todos me tocan muchos colombianos.

E2: Sí, de varios países, de varios lugares.

I: ¿y ustedes pueden elegir las personas de los países que quieran o el que les toque?

E1: No, el que nos toque, ellos mismos nos tiran al azar dependiendo de donde estemos conectados.

I: ¿y qué videojuegos juegan ustedes?

E1: Yo juego free fire, call of duty, y Mateo solo juega free fire.

E2: y a veces FIFA en el play.

I: ¿qué play tiene Mateo?

E2: Yo tengo un play 4.

I: Les pregunto ustedes cuando van a comprar un videojuego o cuando lo van a instalar... ¿qué suelen hacer? Normalmente qué hacen.



E2: Pues yo me meto ahh, pues cuando es de comprar, yo me meto a una página de Facebook que se llama market place y ya para descargar en el mismo play se puede descargar.

E1: y ya cuando es de celular buscamos... pues que sean entretenidos o que por lo menos nos gusten.

I: y ustedes tienen a parte del por ejemplo Mateo que dice que compran por market place... ¿se fijan en el precio o cómo es la forma de pago?

E2: Sí, primero me fijo en el precio, y más que todo intento negociar el precio por si está muy elevado

I: ¿y las formas de pago normalmente como son? En efectivo o por tarjeta o se encuentran en algún lugar...

E2: pues la mayoría de veces siempre nos encontramos en un lugar y sí, y así.

I: Giovani cuando usted descarga en su celular los juegos ¿la descarga gratis o son de los que se compran?

E1: No, gratis, los que se compran no son tan divertidos ni tan llamativos como los que uno juega online porque ya se encuentra más variedad de personas y todo.

E2: Sí, además los juegos que uno compra ya son como más de historia.

I: De historia... ¿cómo es ese tipo de juegos?

E2: pues es como... digamos que una persona y ya usted va a los juegos a lo GTA... No pues sí, usted va haciendo misiones y usted es como mmm usted es solo como en un lugar y usted tiene que como...

E1: como buscando recursos y así

E2: ... como construir una vía, una casa y así.

I: ¿y los 2 juegan así en modo historia?

E2: no porque como te decimos tenemos más juegos así modo free

E1: jugamos más que todo juegos así online para conocer más personas

I: ¿ustedes de pronto tienen alguna historia que me quieran contar así sea buena o haya sido mala? que ustedes hayan estado jugando videojuegos y les haya pasado algo, no sé...pues que conocieron una persona y se volvieron mejores amigos o que alguien los robó por esas



páginas o algo así, ¿les ha pasado algo que ustedes se acuerden?

E2: pues la verdad no, pues yo no tengo ninguna historia, no sé Giovanni.

E1: No por mi parte así que me haya pues intentado robar o algo no, pues prácticamente eso depende ya de la seguridad de cada quien.

I: y algo Bueno que les haya pasado como por ejemplo no sé, conocer a alguien, a alguna persona muy bonita, alguien muy llamativo, ¿o sólo es mientras juegan y ya no se vuelven a comunicar?

E1: pues ahí uno conoce a bastantes amigos y puede seguir conectados, aunque ellos estén desde lejos.

E2: sí, por ejemplo, pues yo, conocí a una niña... se llama Camila pues por el juego, y pues en este momento estamos hablando.

I: ¿cómo para ser novios?

E2: No, todavía no somo nada, estamos hablando.

I: a bueno, cuando yo les digo la palabra videojuegos, a ustedes ¿qué se les viene a la cabeza? Lo primero, no tienen que pensar mucho

E1: pues videojuegos yo que estudié programación, algo como digamos muuuy...

E2: algo para entretenerse.

E1: ... algo muy realista ya, o algo de computadoras.

E2: algo de otro mundo, pues porque de por sí cuando uno juega esos videojuegos uno está es entretenido, uno es como pendiente de otra cosa.

I: Les pregunto, ¿ustedes saben qué son avatar pues los avatares en los videojuegos?

E1: Sí.

E2: ¿cómo las fotos de perfil y todo eso?

I: Sí, es el personaje que ustedes eligen para jugar, por ejemplo, ¿alguno ha jugado GTA V?

E1: Sí, obvio.

E2: Sí.

I: jajaja bueno, les pregunto, imaginémonos que estamos en el mundo de GTA V o cualquier otro como Los Sims o no sé cualquiera que ustedes hayan jugado. Pues por ejemplo yo llegué



a jugaaar, hay uno que es muy popular y es gratis en play 4... Fornite. Imaginémonos que estamos en Fornite que es mundo libre, ustedes, ¿cómo serían sus personajes?

E1: uy parece yo nunca he jugado Fornite.

I: No pues así sea GTA V, si usted es el personaje pues que está ahí en ese mundo, ¿usted qué haría? O ¿cómo sería? Musculoso, o ¿qué haría primero? Construir una casa... imagínense que están en ese mundo de videojuegos

E2: pues yo, yo primero que todo construiría una casa, si eso es como lo que me gusta hacer, como casas, como comprar carros y todo eso, moto, y si...

I: ¿y Giovanni?

E1: No pues lo mío sería casi igualito a lo de Mateo, pero más que todo sería una casa y seguir luchando para conseguir lo otro.

I: ¿y cómo serían sus personajes? ¿cómo los organizarían físicamente?

E2: El mío sería una persona que se vea como una persona empresaria pues, así como una persona decente, porque eso es lo que yo quiero ser en la vida.

I: ¿ y Giovanni cómo sería?

E1: Yo sería más empresario, como un personaje de GTA que es grande, pues así acuerpado, tiene su Flow y ya.

I: Les pregunto ¿para ustedes los videojuegos son muy importantes en su vida o ustedes creen que qué lugar ocupa?

E2: pues para mí eso es como un hobby para pasar el tiempo pues entonces no le echo tanta importancia, a que estoy aburrido, vamos a jugar un ratico y ya.

E1: Nosotros lo utilizamos más que todo para entretenernos por el momento en el que estemos desocupados o algo así.

I: ehh cuando yo jugaba en Fornite a mí me ayudó mucho pues por ejemplo como aprender a ser, a coordinarme, porque cuando yo me tiraba de Fornite uno primero, a uno lo tiran como del aire y uno tiene que aprender a hacer varias cosas y eso me ha ayudado mucho a mí en la vida, ¿a ustedes de pronto les ha pasado que aprenden algo en los videojuegos y después les sirve en la vida real? Como para hacer una tarea o hacer un mandado o les sirva



así en la vida real.

E2: Sí

E1: Pues a mí en lo personal prácticamente, aunque digan cosas de los videojuegos, me ayudaron a aprender mucho de distintas personas sobre todo si son mayores, le enseñan a uno muchas cosas, y me ayudó mucho en el ICFES y en los estudios.

E2: y también pues por ejemplo si son de otros países le enseñan a uno palabras, pues si lo ponen a prenderse cosas nuevas.

I: Genial, ¿y ustedes qué piensan de las personas que juegan videojuegos? ¿cómo considera que son esas personas, qué valores tienen...?

E2. Pues hay algunas que digamos que ya se toman eso muy personal, por ejemplo, no sé si usted ha visto la rosa de Guadalupe que hay gente que se toma eso muy personal, y empiezan a apostar plata, y le pueden hasta llegar a robar a la mamá para apostar.

I: si yo he visto. ¿y Giovanni qué piensa de esas personas que juegan?

E1: pues las que no se lo toman tan personal como dice Mateo, prácticamente todas ellas tienen pues sus valores, ayudan mucho a las personas y prácticamente son o pueden ser amigos que le duren a uno toda la vida o que le ayuden a uno y lo saquen de dificultades en algún momento.

I: bueno, les pregunto ¿ustedes con quién viven en sus casas?

E2: yo vivo con mi mamá, mi papá, mi hermanita y con una gata.

E1: yo vivo con mis dos hermanos, mis papás y ya.

I: volvamos a imaginarnos que estamos en un videojuego, díganme esos miembros de sus familias ¿cómo serían en un videojuego? ¿qué poderes tendrían, o habilidades? Cómo podrían ayudar; no sé si han jugado FarCry 5, la verdad casi no me gustó, pero no ven que hay como equipos y cada uno tiene una habilidad o cada uno sirve para algo, por ejemplo, sus familias, díganme cada miembro cuál sería la habilidad.

E2: pues yo creo que mi mamá yo le pondría una habilidad de ser estilista y de tener mucho carácter con las personas y tener vida infinita porque pues yo a mi mamá la quiero mucho, lo mismo que a mi papá, ya mi papá le pondría como un man grande, con músculos y también



como decente, a mi hermanita como una princesa, y ya.

I: ¿y su gato cómo participaría?

E2: y mi gatico que nunca se muera porque lo tengo como desde los 6 años, y que cuando se tenga que ir que me cuide como un fantasma.

I: ¿y cuál sería su poder en un videojuego?

E2: el mío no sé, como ser inmortal porque yo quiero tener muchas cosas en la vida y eso no se consigue fácil.

I: ¿y Giovanni? cuénteme como serían sus personajes.

E1: mi hermano menor sería como negociante, pues el poder de él sería el convencimiento sobre las personas, como la hipnosis, el de mi hermano mayor sería estilista profesional y el poder de él sería hacer como que las personas queden bellas, queden excelentes; el de mi mamá luchadora y el poder es que todo lo que se proponga lo haga, pues que lo que se promete lo cumpla, como una persona con palabra, ya mi papá sería como alguien que sabe muchas cosas, como un sabio, y el poder de él es arreglar las cosas o mejorarlas.

I: como en dios de la guerra, yo he jugado varios videojuegos y por eso los conozco, no sé si jugaron la última donde el señor grande es el guía. ¿y cuál sería el suyo?

E1: como el personaje de... alguien muy apartado de la familia, consigue lo suyo y se preocupa por lo de ellos.

I: Muchísimas gracias ya esto era todo, muchas gracias.

E2: chao.

E1. Que esté muy bien.



Anexo no. 4: Entrevista 4

FECHA: enero 25 de 2022

LUGAR: Virtual.

ENTREVISTADO 1: Román Alejandro Ramírez Restrepo

EDAD: 17 años

Dispositivo utilizado: Xbox one

OCUPACIÓN: Estudiante universidad.

I: Investigador

E: Entrevistado

I: Román, Mi nombre es Hilary Sthefanny Zapata, en este momento estoy haciendo una maestría de mercadeo en la universidad de Manizales, mi tesis es sobre la cultura de consumo de videojuegos y estoy en la etapa de investigación, por esto estamos el día de hoy en esta entrevista, le voy hacer unas preguntas y usted me las contesta con toda seguridad no importa si es una bobada o lo que sea, lo que usted piensa lo que se le venga a la mente en este momento no hay que pensar mucho la respuestas, listo.

Entonces usted me puede decir por favor su nombre completo

E: Mi nombre completo es Román Alejandro Ramírez Restrepo

I: Listo, Román, Cuando usted durante su tiempo libre normalmente ¿a qué se dedica?

E: ¡eehh! a leer pasear, jugar video juego y dormir.

I: ¿y como distribuye entre todas esas cosas el tiempo de acuerdo a qué?

E: Pues por lo general trato primeramente de descansar cierto y ya después dependiendo de lo que tenga ganas de hacer me pongo a leer o a jugar en el Xbox o hacer cualquier otra cosa

I: ¿Y usted tiene algún espacio asignado en su casa o donde usted vive que pueda jugar o donde caiga?

E: ¡Eeehh!, por lo general es en mi habitación

I: y le pregunto, usted cuando juega video juegos normalmente comparte con otras



personas o juega local, ¿es usted solo y ya?

E: ¡eehh! por lo general también es con otras personas, me gusta mucho la parte de la interconexión pues de los video juegos que hay pues como online

I: ¿y cuál es su juego favorito?

E: Eeehh en este momento Far cry 6 o FIFA 2022

I: y le pregunto, cuando usted va a comprar esos videojuegos ud normalmente como lo hace, lo hace por internet, va a una tienda o en alguna pagina

E: eeehh por lo general lo hago directamente desde la tienda de Xbox o también me gusta como dependiendo del juego y si lo quiero tener físico voy directamente hasta alguna tienda

I: La forma de pago como es, usted paga en efectivo o por transferencia

E: eeehh pues yo creo que regularmente es por transferencia

I: usted qué importancia les da a los videojuegos en su vida, que representa para usted, un escape o un hobby o algo profesional, usted como lo toma

E: Lo tomo como escape o hobby, tengo directamente como un hobby, simplemente tengo un vínculo como con los video juegos desde que estaba muy pequeño, para comenzar a reírme o integrarme con tanta gente.

I: le pregunto, usted normalmente tiene como un género de video juegos o cualquiera, es que he visto que también están los de historia, están los de misiones, también están bueno así los de deportes, ¿usted tiene un género en específico o el que le pareció bueno?

E: ehhhh pues yo diría que los que más me gustan son los de modo historia cierto, pero como te decía anteriormente, ehh tengo que frecuentar mucho por decir como un juego como lo es el FIFA que es de futbol como por lo que a todos pues como la mayoría de mis amigos les gusta entonces es como el futbol y todo ese tema ahí empezamos siempre a jugar eso

I: ¿Cuándo usted está modo historia, como es su personaje su avatar?

E: no pues yo creo que todos les ponemos las características propias a un personaje, así como barbadito o que esta forma o que con gorra o tal cosa pues asemejarlo mucho como



a las características más

I: y la personalidad como es o las habilidades

E: no pues en ese caso no le doy como mucha importancia, ya dependiendo del juego uno mira si necesita que sea como bien fuerte o que se yo que tenga como un buen manejo de las armas y ese tipo de cosas

I: bueno, le pregunto, si estuviéramos en un video juego con su familia, su mama y su hermanita, como serían los personajes de ellas que habilidades tendrían

E: pues yo diría que a mi mama le daría súper fuerza jajá, quizás se puede interpretar mucho desde lo físico, cierto, pero es que mi mama es una persona como tan fuerte mentalmente y que conserva tanto la compostura que a lo mejor sería con la habilidad que yo la relacionaría eeehh a mi hermanita pues yo diría que, yo pienso aquí, María Antonia sería como un personaje más frío más sombrío como así decirlo ella no es tan expresiva

I: Cuando yo le digo la palabra video juego que se le viene a la mente lo primero que se le venga

E: Diversión

I: Listo, usted cómo se siente después de jugar video juegos

E: Eeehh si es algo pues como que me gusta por lo general tranquilo o hasta un poco más relajado, pues es como si me desconectara de todo, pero ya muchas veces en el modo multijugador online termina hasta estresado uno dependiendo de cómo le valla en la partida o esas cosas

I: Vos llegaste a jugar Lol

E: ehh League of legends no, pero sí sé de qué se trata, pero realmente nunca he estado como inmerso en jugar

I: porque yo he visto personas que juegan lol y terminan peor de como empezaron literal

E: si, por lo general los juegos así son como una sacadura de canas

I: Bueno, usted me puede contar un recuerdo positivo o negativo, no importa, un recuerdo que usted tenga de video juegos que usted diga que esto es lo más chévere que



me ha pasado o lo peor que me ha pasado, mientras jugaba videojuegos

E: eeehh yo diría que lo mejor que me ha pasado es como haberme Ganado un torneo de video juegos que me gane 150.000 pesos hace como 5 años atrás yo diría que es como lo peor de los recuerdos que me han pasado creo pues que fue una vez que boté como 30.000 pesos en una sala de video juegos y prácticamente me quede sin con que pagar el tiempo tuve que llamar a mi mama, fue una experiencia más bien maluquita

I: Eso si fue muy horrible, y le pregunto, cuando usted se imagina como en un espacio ideal, lo mejor del mundo como se imagina el lugar, con amigos, ¿solo o cómo es?

E: Pues yo digo que tiendo a ser una persona que es muy sociable pues yo digo que mi lugar ideal sería estando con amigos, ¿tengo que describe el lugar o la compañía solamente?

I: Como usted quiera, como usted se imagine

E: Pues yo diría que compartiendo con mis amigos en lo posible yo digo que todos soñamos con el ambiente, así como tranquilo, una playa relajados tomándonos algo eehh mientras estemos todos integrados y felices yo diría que estaría bien

I: Cuando yo, antes jugaba video juegos ya no, cuando yo jugaba video juegos a mí me paso que yo jugaba y eso me ayudó mucho con la coordinación pues no solo en los video juegos sino en la vida real, a usted le ha quedado como alguna habilidad o una capacidad que usted diga, esto lo aprendí porque juego video juegos o sino no sería capas

E: Eeehh si, la verdad a memorizar muchas banderas de otros países principalmente por el FIFA yo digo que aprendí a jugar más FIFA, mentiras mas no pero si un complemento muy grande por ejemplo la materia de sociales cuando a uno lo ponían a jugar pues hablar de países y ese tipo de cosas uno ya sabía a esta es la bandera de este país, este es el idioma que se habla en este país o por alguna referencia de algún futbolista o algo ya uno sabia de que país le estaban hablando

I: ¿y cuál es el mayor aporte que le han dado los video juegos como persona?

E: Yo digo que como persona eehh mucho desde la parte social, como yo digo pues los video juegos tienden a ser como un punto de encuentro un punto para conversar,



distraerse con los amigos entonces tiende a volverse como un poco más social, yo digo que como hacer nuevas amistades conocer nuevas personas pues es como un lazo estrecho yo diría que con la amistad

I: Bueno, y usted que considera de alguien que juego video juegos, no usted otra persona, a usted le dices, esa persona juega video juegos y usted dice, esa persona es así, solo porque le dijeron que juega video juegos

E: eeh pues yo digo que ahí dependería cierto, muchas veces hay personas que juegan video juegos pues ya como muy viciados que no les importa que lo que están jugando centrarse, hay personas que a uno le inspiran otro tipo de interés dependiendo pues del juego aaaaa! como que tocara a ver cómo te ha ido con este juego tal cosa o también hay personas que ya lo juegan profesionalmente entonces uno tiende a ver como que los video juegos ya son como una profesión para alguien

I: Y en personalidad como sería, por ejemplo, a mí me dicen que una persona es abogada pues es un prejuicio que tengo no tienes que decir que es un prejuicio o un estereotipo lo que quiera, por ejemplo a mí me dicen que una persona es abogada y yo sé que es creída o sea no sé yo digo que todos los abogados son creídos son como arrogantes, por ejemplo, que a usted le digan que esa persona juega video juegos hace mucho usted qué diría que esa persona es que

E: mmm yo diría que hasta una persona que, como una característica, así como tú me dices que esa persona es como muy excluida de la sociedad por lo que tienen a juzgar a las personas que están como muy pegadas a una consola les cuesta y no les gusta socializar, cuando yo diría que realmente muchas veces antes si socializan demasiado, pero quizás ignoran mucho como a la sociedad pues como a su círculo diario como así decirlo

I: O sea, socializan desde otro punto, o sea más como en lo virtual

E: Exactamente pero más para las personas ellos son como unos que viven reprimidos en un juego y que no tienen pues como vida social, eso es lo que por lo general la mayoría de la gente piensa



I: Bueno, le pregunto, qué lugar ocupan los video juegos en su vida, ósea que a usted le digan que no puede volver a jugar video juegos en su vida usted cómo lo tomaría, se pone muy triste, enojado, le da lo mismo o haría lo posible para que eso no pase

E: mmm yo diría que ya en ese momento pues o por lo menos en esta etapa de mi vida pues que uno tiene como otras responsabilidades y de por si empieza a tener como otro tipo de ocupaciones yo creo que ya lo aceptaría o lo tomaría pues como con más calma, pues me pondría un poco nostálgico pues porque ha sido algo que me ha acompañado desde mi niñez, pero sin embargo pues no sería como algo catastrófico para mí, no

I: Listo romano terminamos, muchísimas gracias

E: Hilary, con mucho gusto, siempre a la orden

I: chao.

Anexo no. 5: Entrevista 5

FECHA: enero 26 de 2022

LUGAR: Virtual.

ENTREVISTADO 1: Sebastián Osorio

EDAD: 17 años

Dispositivo utilizado: Xbox one

OCUPACIÓN: Streamer

I: Investigador

E: Entrevistado

I: Sebastián, mi nombre es Hilary zapata en este momento estoy haciendo una maestría en mercadeo en la universidad de Manizales, estoy en la etapa de investigación de mi tesis es sobre la cultura del consumo de video juegos, entonces por eso estamos hoy en la entrevista, me puedes por favor decir su nombre completo.

E: Sebastián Osorio



I: Bueno, Sebastián le pregunto durante su tiempo libre ¿normalmente usted a que se dedica?

E: Bueno la mayoría de mi tiempo libre estoy con una consola de video juegos, aparte de que me entretiene mucho me hace pues como perder el tiempo y matar el tiempo en sí.

I: Y cual tiene

E: Una Xbox one

I: AAA genial, ¿usted tiene algún espacio asignado en su casa donde juega o la va corriendo?

E: Pues mira eeh yo juego en mi casa, aunque me parece como muy aburridor porque entonces yo me la paso solo, entonces me es mejor compartir con los amigos entonces otra opción en otros sitios me encuentro con ellos y entre todos jugamos

I: ¿y con qué personas comparte normalmente o interactúa cuando está jugando?

E: ¿Cuándo estoy jugando? Pues con 2 o 3 amigos ya nos quedamos ahí no se jugamos 2 o 3 horitas y ya.

I: ¿y normalmente juegan local o juegan en línea?

E: eeh haber, básicamente siempre jugamos de local que sería nosotros todos unidos es decir de pronto nos aburrirnos o queremos pues como hacer otra cosa diferente si nos metemos en línea .

I: ¿Y cuál es la mayor diferencia como cuando juegan en línea y local?

Sebastián: Bueno es que ajajaja cuando estamos de local solo estamos nosotros tres o los cuatro que estemos y cuando nos metemos en línea pues conocemos a diferentes personas diferentes países o de acá de la región, entonces hacemos nuevos amigos o nos ponemos a gritar

I: Y le pregunto, ¿ustedes que juego usualmente usan?

E: solo uno o quieres que te diga cuales

I: no cualquiera los que juegues normalmente.

E: la mayoría de tiempo es Call of duty



I: ¿Cuál tiene?

E: ese si es muy bueno, también FIFA, y yo diría que esos dos son como los más recurrentes.

I: ¿Ya has jugado esa versión no sé si esta para Xbox one, la de war zone?

E: Si, esa es la que siempre pues jugamos o nos turnamos para jugar esa

I: esa es súper buena

E: Como solo es para uno entonces si

I: ¿Y usted cree que cual es su video juego favorito de esos dos?

E: eeh yo diría que war zone es al que más le he dedicado tiempo y horas lo llevo jugando desde que salió prácticamente y a veces si cuando ya me canso de jugar war zone.

I: ¿cuándo usted va a comprar video juegos normalmente lo hace en algún lugar o paga de alguna forma o siempre es diferente?

E: cuando cambio de video juego, para comprarlo, pues si lo compramos ahí mismo en la tienda que tiene la consola que sería vía tarjeta de crédito o en debito pues ya si nos deja, y ya de una vez, también lo podemos comprar también por mercado libre o en algunas tiendas que también nos facilitan la película así normalita

I: Física

E: aja si

I: Le pregunto, ¿los video juegos son muy importantes para usted en su vida?

E: Para mí sí, me parece que si me han ayudado bastante

I: ¿a qué?

E: de pronto en la parte digamos que para resolver problemas me ayudaron mucho en otra parte también en ingles que tienen algunos juegos me ayudaron mucho en la etapa académica ya que me conocía muchas palabras entonces si me ha servido mucho

I: ¿y qué problemas le ha ayudado a solucionar?

E: a ver digamos que cuando estoy en una situación que tengo que decidir ya, ya de la mejor manera casi siempre con los video juegos pasa así, siempre que elijo la mejor opción esa es la que hago también para no sé cuándo está muy compleja digamos que un



ejercicio o un problema ya sea familiar que tenga toma de decisiones muy buenas

I: a genial, ¿y qué siente usted cuando está jugando video juegos?

E: Jajajaja, yo me siento muy contento, no me gusta que me jodan o que empiecen a tocarme, me dan por joderme, en si yo soy quietecito concentrado, ya cuando empiezan a hacerme cosas me enojo y ya hasta ahí

I: y después cuando termina ya de jugar video juegos ¿cómo se siente?

E: no cansado jajaja si, como que si ya me quedé mucho rato voy a descansar un ratico de pronto juego más tarde o ya mañana volvemos y la agarramos

I: ósea que usted lo hace juega video juegos más por entretenerse o como por practicar ¿o con que finalidad?

E: eeh Bueno yo lo hago con la finalidad de practicar porque yo tengo como un proyecto en el cual quiero hacer unos videos, entonces como ya llevo varios años en esto, entonces me considero que ya tengo buen nivel para hacerlo

I: Como videos, así como German no sé si lo conoces

E: pues no haber sería más bien como hacer un stream en Facebook

I: A sí, yo he visto que no se si lo conoces German Garmendia creo, el empezó hacer con un montón de juegos

E: ya lo hace con varios juegos, con cositas raras entonces yo me quiero solamente enfocar en ese Call of duty que es el que más le he dedicado tiempo

I: y le pregunto, ¿usted qué aspectos tiene en cuenta, por ejemplo, usted tiene su día libre y usted puede salir de fiesta o irse con su familia o jugar video juegos, usted que tiene en cuenta para elegir video juegos sobre las otras cosas?

E: Bueno yo los elijo digamos cuando no tengo muchas ganas de salir, a veces si me dan ganas de salir, pero bueno yo digo hoy tengo que grabar de pronto algunos clips del juego, tengo que tener las cositas guardadas como para el futuro, entonces a veces priorizo más irme a jugar con un compañero que también estamos como en el mismo proyecto mientras los dos nos quedamos ese fin de semana y ya dejamos como las otras cositas atrás



I: Listo, me va a contar por favor una experiencia o un recuerdo positivo o negativo que usted tenga jugando video juegos que usted diga me paso esto y fue súper gracioso o fue súper horrible, como una experiencia así algo que usted recuerde...

E: Que sea como gratificante y exitosa, me pasó una vez que estuve en un torneo de call of duty por ahí hace 6 o 5 años, pues en eso estaba muy nuevo el juego y apenas estaba cogiéndole el ritmo en línea, entonces como era un torneo nacional que ya lo venían haciendo como una semana y ya yo quedé en el top 3 de Colombia

I: Si, genial. Llego súper lejos, Bueno cuando yo le digo a usted la palabra Video juegos, que se le viene a la mente, dígame ya lo que se le venga

E: Entretenimiento

I: Listo, Cuando usted por ejemplo está haciendo una tarea esta súper aburrido y usted se imagina jugando video juegos eeh ¿cómo se imagina en qué lugar con que amigos o a qué hora?

E: AAhhh digamos si a veces cuando estoy ahí como aburridísimo de estar ahí como en una clase digamos o haciendo un trabajo lo primero en que pienso es como bueno a esta hora por ejemplo tipo 6:00 le voy a decir al parcerero que vayamos y nos conectemos y empecemos a practicar jajaja y solamente como pienso en eso a veces también hay que estar concentrados en la clase jajaja

I: Le pregunto ¿estos juegos de Call of duty son así en modo historia como Far cry o es solo de misiones como por ejemplo san Andreas? ese si era más mundo libre cierto

E: Si también tiene misioncitas ese de carlos dutty como tiene varias entregas hay unos que, si tienen pues su modo campaña, su modo historia, últimamente ya casi no lo están sacando pues porque la gente se está enfocando más en el 4 nivel que es como el mejor el ultimo que quede

I: a bueno, y ¿usted alguna vez se ha imaginado haciendo parte de algún video juego, siendo un personaje?

E: Jajaja, pues ahora que lo pienso no pues estando ahí no, pero a veces cuando uno crea un personaje digamos en diferentes juegos uno lo hace lo más semejante a uno



I: ¿y como con que habilidades lo ha creado usted? su avatar

E: A pues lo pongo como así igualitico, yo como tengo el pelo así pintado se lo pinto o así las cejitas un poquito de barba o la quito jajá así

I: ¿Y con que habilidades?

E: eeh ¿con poderes o así?

I: si

E: Pues haber hay unos juegos que, si me permiten colocar habilidades en primera como seria saltar alto y volar, pero hay otras que uno empieza, pero seco, sin nada entonces hay que rescatar

I: ¿Usted con quién vive?

E: Eeh solo vivo con mi madre

I: Y tiene hermanos, hermanas, ¿no?

E: aaa no

I: Pregunto, ustedes dos en este caso su mama y usted estuvieran en un video juego como Fornite puede ser cualquiera, ¿cómo sería el personaje de su mamá? con que habilidades, con que destrezas o con que debilidades

E: Pues yo realmente le pondría a que saltara alto y empezara a tirar cosas a lo loco jajá y destruir de todo, tirando no se digamos que algunas piedras palos lo que fuera

I: Listo, Bueno y le pregunto, ¿usted que le representan o que cree usted que lugar tienen los video juegos en su vida? si por ejemplo a usted le quitan su consola a usted como se sentiría ósea es muy importante para usted o realmente no es tan importante

E: Pues si sería muy importante, pues para mí es muy importante porque me aleja un poquito de lo que está pasando a veces, digamos que estoy pasando por un mal momento estoy triste y lo que hago es conectarme y ya pues me siento mejor ya si me lo quitarían seria pues, pues me dejaría un vacío y un hueco ya grande seria llenarlo con algo mas

I: Usted eeh por ejemplo ¿los video juegos le han aportado algo a usted como persona? ósea como habilidad usted me dice que para resolución de problemas le ha servido demasiado, pero le ha servido a usted como persona algo que usted diga como que yo lo



aprendí ahí eso yo lo puedo aplicar

E: Pues sí, la verdad es que los videojuegos me hicieron una persona más comprensiva más respetable un poquito más tolerante, porque a veces hay que tener como tolerancia con los juegos, uno no puede llegar y tirar el control y pégale al televisor, no pues tampoco es ese tipo de actitudes entonces uno mejora un poquito aprende a calmarse más entonces si ayuda

I: Bueno, entonces yo le cuento algo, cuando yo, cuando a mí me dicen por ejemplo que una persona es abogado yo me imagino que esa persona es arrogante tengo como ese prejuicio ese estereotipo de que los abogado no se es que todos los abogados que he conocido en la vida son como arrogantes como creídos, si a usted yo le digo, ve esa persona juega video juegos, usted que se le viene a la mente que como puede ser esa persona la personalidad

E: Bueno, hay personas, que son, pues como yo he conocido tanta gente hay unos que son muy respetuosos y son muy inteligentes, como hay otras que son sumamente agresivas y no se les puede decir nada, nada y son ahí pegados y pues uno trata como de entablar una conversación con ellos y son como respondiendo lo preciso, como hay otros que intentan como ser más amigables y tratar de conocerse entre sí, y ya.

I: Listo Sebastián, eso es todo, muchas gracias ya terminamos, no fue tanto cierto

E: jajaja si apenas fue

I: Muchísimas gracias por toda esta información

E: dale

I: Chao que estés muy bien.

Anexo no. 6: Entrevista 6

FECHA: abril 06 de 2022

LUGAR: Virtual.

ENTREVISTADO 1: Carlos Vasco



EDAD: 17 años

Dispositivo utilizado: Play 4 y Nintendo switch

OCUPACIÓN: Empleado

I: Investigador

E: Entrevistado

I: Bueno Carlos, yo soy Hilary, soy estudiante de una maestría en Mercadeo, en este momento estoy en la fase de investigación del trabajo de campo, se trata del consumo de videojuegos acá en la ciudad de Medellín y yo le voy a hacer algunas preguntas, ¿bueno? La primera sería: durante su tiempo libre normalmente usted a qué se dedica, en general.

E: Durante mi tiempo libre me gusta leer, me gusta jugar videojuegos, hacer ejercicios, escuchar música, ehh, salir a caminar, hago de todo un poco, pero más que todo me gusta jugar cuando tengo más tiempo.

I: y entre todas esas cosas que usted me acaba de decir que hace en el tiempo libre cómo hace para elegir, es decir, usted cómo define hoy prefiero ir a caminar, o quiero ver televisión, leer o usted cómo designa su tiempo.

E: El estado de ánimo es una, también el día, si de pronto está lloviendo mucho prefiero quedarme en la casa, digamos si estoy muy cansado tampoco quiero salir, quiero ehh, prefiero jugar, o hacer algo más tranquilo como leer, también si de pronto hay algo nuevo.

I: y le pregunto, cuando usted elije jugar videojuegos, usted en su casa tiene un lugar designado para jugar o literalmente en cualquier parte

E: Ehh, tengo varios, de hecho, en mi pieza tengo un play 4, tengo un switch, pero el switch también me lo puedo llevar para la sala o balcón, a veces en la sala principal lo conecto.

I: y ya que usted me dijo que tiene play 4 y tiene switch, usted cuando va a comprar videojuegos, normalmente, cómo los elije, qué tiene en cuenta para elegir el videojuego que va a comprar.

E: Tengo muy en cuenta el género, hay ciertos géneros que exclusivamente me gusta, también si de pronto es un juego que me llame la atención, si es para un jugador o para varios



jugadores, el precio también, me guio mucho por el juego, o si es un juego que llevo esperando 1 año o más ya no es tan relevante el precio, más que todo también que sea como, que tenga historia que es mi género favorito.

I: A bueno, a eso iba que si le gustaba algún género en específico... y usted cuándo los compra, ¿lo hace en línea o se dirige a un punto?

E: antes los compraba en punto, pero hoy en día como sacan tantas promociones desde la play store y también en la tienda de Nintendo prefiero comprarlos en línea y comprar almacenamiento de disco duro para poder tener varios.

I: A bueno, y Carlos, ¿los videojuegos son muy importantes para usted en su vida o día a día o no es tan importante? ¿Si en algún momento deja de jugar le afectaría?

E: Si me afectaría bastante, me afectaría mucho porque los videojuegos han sido parte importante de mi vida, siento que gracias a ellos de alguna manera he desarrollado creatividad, ehh atención, también me han sacado de momentos tristes, entonces me pongo a acordarme de juegos que me traen buenos recuerdos entonces si han sido muy importantes, creo que no dejaría de jugar hasta que esté viejito.

I: ¿y usted qué siente al jugar videojuegos? ¿Cómo se siente mientras está jugando y cuando deja de jugar?

E: mientras estoy jugando me siento relajado, tranquilo, siento que me estoy divirtiendo, que estoy dejando todos los problemas del día a un lado y me estoy concentrando en una historia que quiero terminar o seguir, de un personaje que quiero mejorar, quiero verlo terminar la historia o el juego, y al terminar de jugar siento que quiero seguir jugando, me da tristeza no seguir jugando ya sea por deberes laborales o profesionales, y quedo como con esas ganas de seguir a ver qué más me va a traer el juego o la historia.

I: cuando usted está jugando lo hace para volverse más habilidoso mientras juega o simplemente para relajarse y pasar el tiempo.

E: Un poquito de ambas, yo soy una persona competitiva entonces en juegos que tienen características de competencia, intento como desarrollar más las habilidades y casi que ser de los mejores. Pero hay otros juegos que son más para relajarme, para tranquilizarme, para



disfrutarlos, no competitivamente sino como más modo conexión personal con el juego.

I: ¿y cuáles son sus videojuegos favoritos?

E: Son de modo historia y que me acuerde por ejemplo Dios de la guerra, assassins creed, todos en común tiene como que son de un jugador y sí, son modo historia.

I: ¿este, usted que piensa cuando le digo la palabra videojuegos?

E: Alegría, me da como felicidad, ganas de sentarme, coger un control y de sacar el espacio y el tiempo.

I: Cuando, usted de pronto tiene algún recuerdo positivo o negativo, o cualquier emoción mientras estaba jugando videojuegos.

E: Sí, hay uno en particular, y es que a mí me gustaba mucho jugar crash carros, y lo jugaba con mi mamá, papá y hermana, en familia pasábamos tiempo jugando

I: de pronto hay algún personaje con el que usted se identifique, por ejemplo, Cratos que es como un guía, ¿o no?

E: Me identifico como un poquito de cada personaje, cada uno deja algo en mí, ya sea que ayuda a los demás o son buenas personas o intentan acabar con un jefe malo o algo malo que hay, entonces diría que un poquito de cada uno

I: ¿Supongamos que usted en este momento va a jugar videojuegos, en qué lugar se imagina? ¿Con qué personas? Cómo prepara su espacio o tiempo que le va a dedicar a los videojuegos.

E: Me imagino en mi cama, en mi pieza que es el lugar más cómodo, preferiblemente acostado o en una silla gamer, me gusta llevar comida, que no tenga que volverme a parar, también me gusta tener los mejores accesorios para jugar, ya sea controles o auriculares, que pueda vivir la experiencia lo más cómodo posible.

I: Si usted fuera un personaje de videojuego, ¿cómo sería? Sus habilidades, personalidad o rol

E: ehh pienso en un juego que se llama the witcher y él es como una especie de mago, pero es muy buen combatiente, de hecho, es un cazador de monstruos, me identifico más o menos así, desarrollando mis habilidades tanto físicamente como esa parte mágica, la complementaria con la espiritualidad, a él le gusta mucho ayudar a las personas.



I: y si usted se imagina, por ejemplo, a su familia, ¿cómo sería los personajes de ellos?

E: De ellos sería personajes tranquilos que están dándole apoyo al personaje principal, y que el principal también está pendiente de ellos ayudándole en cada momento, acompañando en sus travesías individuales.

I: ¿En este ejemplo que me acaba de dar el personaje principal es usted?

E: Sí, sería yo.

I: ¿usted qué considera qué son los videojuegos?

E: los videojuegos para mí son historias que esperan ser vividas, son momentos de la vida en la que uno se sale de una vida y se mete como en otra, son otros espacios de la realidad.

I: por último, Carlos qué representa los videojuegos en su vida, no sé, un sentimiento.

E: Para mí representan alegría, representan saber que, si estoy triste, cansado, si digamos me da depresión o algún estado de ánimo me conecto a jugar y mi actitud va a cambiar, me voy a sentir contento o alegre, que vuelvo a algo que me gusta y es algo que siempre voy a tener.

I: ¿usted qué creencia tiene de las personas que juegan videojuegos?

E: Para mí son personas parchadas, animadas que son creativas, que les gusta lo diferente, lo nuevo, sus mentes pueden ser muy imaginativas y que en sus tiempos libres les gusta compartir con otros, porque los videojuegos son para compartir.

I: ¿usted cree que los videojuegos pueden influir en la personalidad?

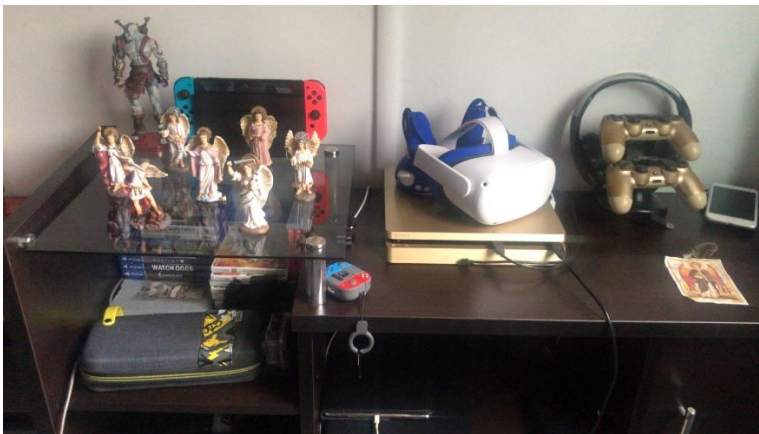
E: Sí, diría que sí, bastante, yo por ejemplo de cada personaje o cada historia he adaptado o he aprendido moralejas.

I: muchas gracias eso fue todo.



Anexo no. 7: Material fotográfico

Figura 4: Lugar de juego informante número 6



Fuente: informante Número 6

Figura 5: Jugadores de videojuegos adolescentes profesionales





Fuente: freepik https://www.freepik.es/fotos-premium/celebrando-exito-equipo-jugadores-ciberdeportes-adolescentes-profesionales-que-participan-torneos-esports-jugando-videojuegos-linea_16386310.htm

Figura 6: Jugadores de videojuegos adolescentes tipo “jugador aficionado”



Fuente: <https://psicologiainfantilzaragoza.com/problemas-de-conducta-en-ninos-y-adolescentes/uso-de-videojuegos-en-adolescentes/>

Anexo 8: Tabla 16: Matriz de análisis de entrevista #1 Codificación Abierta

Preguntas	Entrevista 1	Dimensión cultural	Sistematización	Definición	Interpretación
			Análisis	Conceptos	
Durante su tiempo libre, normalmente ¿a qué se dedica?	"juego..." "Leo." "Si tengo tareas, hacer tareaaas, y después juego."	Costumbre	Es un hábito jugar videojuegos, leer y hacer tareas.	Costumbre: Las costumbres se refieren al comportamiento, al modo de hacer o de actuar que se repite, conducta general que se establece o se impone como regla regulando a los individuos o grupos sociales en diversas circunstancias. Se caracterizan por ser actos humanos con un menor grado de conciencia que las tradiciones, ya que	Jugar videojuegos durante el tiempo libre es considerada una actividad frecuente en el entrevistado, esto como un hábito para entretenerse.
¿Tiene algún espacio asignado o Normalmente en su casa dónde juega?	"Sí en el cuarto, en la pieza"	Costumbre	Habitualmente video juega en su habitación.		Él establece que frecuentar un lugar el cual considera propio y cercano es lo que hace de forma común.
¿con que personas comparte o interactúa para jugar videojuegos y por	"Es que yo juegooo, yo juego free fire y juego FIFA"	Costumbre	Normalmente juega con amigos de forma		Los espacios virtuales y presenciales son igualmente aceptables



qué?	móvil... y juego con amigos" "...a veces conmigo y a veces en línea."		presencial o en línea.	son eventos que se realizan por inercia, imitación, facilidad, hábito. Peredo (1994).	para jugar video juegos e integrarse bajo la modalidad de gamer.
¿Qué suele hacer cuando va a comprar un videojuego? ¿cómo lo hace?	"No pues yo pregunto como las recomendaciones que, del juego y ya pues lo instalo y si me gusta lo dejo instalado"	Costumbre	Patrón establecido en proceso de compra.		Manifiesta que hacer uso de referencias y recomendaciones de la opinión de otras personas es un factor determinante al momento de elegir un videojuego.
¿Qué importancia le da usted a los videojuegos en su vida?	"normal."	Valores	La forma en que valora o expresa su opinión es distante.	Valores: Son los principios que permite orientar el comportamiento humano en dirección a realizarse como individuo; se define como las creencias fundamentales que permiten preferir y/o elegir un comportamiento en lugar de otro (Jiménez J. C., 2008).	Expone desapego o actitud de indiferencia ante el uso de los videojuegos en su cotidianidad.
¿Cómo se imagina jugando videojuegos, un lugar, amigos, a qué hora...?	"pues no, pues un espacio pa eso, que yo lo tenga pa eso."	Representación mental	Tiene un imaginario de lo que podría llegar a ser un espacio destinado y adecuado para usar video juegos.	Representación mental: Las representaciones mentales son construcciones hipotéticas que tiene el sujeto para explicar o comprender un fenómeno, las cuales pueden diferir marcadamente en su contenido. Johnson-Laird, (1983). Es un estado físico que transfiere información simbolizada de un objeto de una actividad o de alguna situación; es una forma simbólica de reproducir información en un contexto social. Smith & Kosslyn (2007	Para él existen representaciones de lo que debe incluir un lugar que se adapte sólo para jugar videojuegos el cual ha establecido como un estándar.
¿Qué piensa cuando le digo videojuegos?	"En jugaaaar."	Representación mental	Representación mental del accionar o la influencia que los videojuegos tienen en su toma de decisiones.		La representación del informante es que los productos de esta categoría lo llevan a querer involucrarse de forma activa en el uso de videojuegos.
¿Se ha imaginado siendo parte de los videojuegos? Describame cómo sería su personaje.	"Yo, yo escogería ser Cristiano, ese es mi ídolo en el futbol."	Representación mental	Descripción mental de los factores que pueden ser decisivos al momento de jugar o elegir jugar cierto video juego.		Por medio de sus imaginarios describe la relación entre jugar videojuegos y sus referentes en otras áreas importantes para su entretenimiento.

Fuente: elaboración propia.



Anexo 9: Tabla 17: Matriz de análisis de entrevista #2 Codificación Abierta

Preguntas	Entrevista 2	Dimensión cultural	Sistematización	Interpretación
			Análisis	
Durante su tiempo libre, normalmente ¿a qué se dedica?	“Depende, si estoy muy desocupado juego en el celular, otras veces voy y juego futbol o ya trabajo.”	Costumbre	El tiempo libre es un factor decisivo para elegir jugar videojuegos, de acuerdo a éste, se destina un espacio a cada actividad realizada frecuentemente.	Jugar videojuegos es una de las actividades que el informante realiza en su cotidianidad, lo hace de forma frecuente de acuerdo al tiempo libre que tenga.
¿Tiene algún espacio asignado o Normalmente en su casa dónde juega?	“Yo más que todo en la pieza, pues en el cuarto.”	Costumbre	El lugar en el que suele jugar es su habitación.	El lugar en el que se puede estar más cómodo dentro de casa suele ser en el que se prefiere video jugar.
¿con que personas comparte o interactúa para jugar videojuegos y por qué?	“Sí, pero más que todos me tocan muchos colombianos”	Costumbre	Jugar de forma on line suele ser habitual, en esta modalidad se conocen nuevas personas.	Al elegir jugar en línea se pueden crear relaciones e integraciones para lograr interacciones sociales.
¿Qué suele hacer cuando va a comprar un videojuego? ¿cómo lo hace?	“y ya cuando es de celular buscamos... pues que sean entretenidos o que por lo menos nos gusten.”	Costumbre	El entretenimiento suele ser la principal razón por la que se decide jugar videojuegos.	El informante acostumbra revisar que los juegos que elige sean entretenidos o generen algún tipo de satisfacción.
¿cómo se siente luego de jugar videojuegos, o con qué finalidad lo hace? (habilidades/diversión)	"Nosotros lo utilizamos más que todo para entretenernos..." "me ayudaron a aprender mucho de distintas personas sobre todo si son mayores, le enseñan a uno muchas cosas, y me ayudó mucho en el ICFES y en los estudios."	Valores	Le da importancia al hecho de que promueva el entretenimiento y nuevos aprendizajes.	El informante establece algunos atributos que valora de usar videojuegos, tales como el entretenimiento, adquisición de nuevas habilidades y el uso que le pueden dar en situaciones de la vida cotidiana.
¿Qué aspectos tiene en cuenta para elegir jugar videojuegos frente a otras actividades de entretenimiento en su tiempo libre? Qué lo motiva a elegir los videojuegos.	"...sí estoy muy desocupado juego en el celular..."	Valores	El tiempo es un factor clave para decidir jugar videojuegos.	Para él existe un elemento fundamental para poder jugar video juegos, pues de acuerdo a éste se dispone a realizar sus actividades.
Cuénteme sobre un recuerdo positivo que tenga usted	"No por mi parte así que me haya pues intentado robar o	Representación mental	Descripción mental de que la seguridad al momento de jugar	Tiene un imaginario de que a través de plataformas de



jugando video juegos.	algo no, pues prácticamente eso depende ya de la seguridad de cada quien." " : pues ahí uno conoce a bastantes amigos y puede seguir conectados, aunque ellos estén desde lejos."		videojuegos depende totalmente del usuario, además, de que los videojuegos pueden ser un punto para interactuar y conocer nuevos amigos.	videojuegos digitales es posible conocer personas y mantener una conexión duradera, además, establece que la seguridad en estos medios depende de cada uno.
¿Qué piensa cuando le digo videojuegos?	"pues videojuegos yo que estudié programación, algo como digamos muuuy... algo muy realista ya, o algo de computadoras."	Representación mental	Su representación refleja una noción realista basada en su programación.	Su visión de los videojuegos se ve permeada de acuerdo al conocimiento que tiene sobre los videojuegos y el alcance que éstos pueden tener en el mundo virtual.
¿Cómo se imagina jugando videojuegos, un lugar, amigos, a qué hora...?	"No pues lo mío sería casi igualito a lo de Mateo, pero más que todo sería una casa y seguir luchando para conseguir lo otro."	Representación mental	Representación de lo que quiere lograr en su futuro.	Él, desde sus imaginarios busca a través de los videojuegos aquello que quiere alcanzar en su vida personal.
¿Se ha imaginado siendo parte de los videojuegos? Describame cómo sería su personaje.	"Yo sería más empresario, como un personaje de GTA que es grande, pues así acuerpado, tiene su Flow y ya."	Representación mental	Proyección mental de lo que busca obtener.	Tiene una representación de lo que pretende o le gustaría ser o tener lo cual refleja a través de sus videojuegos.
¿Qué rol tiene en su vida los videojuegos?	"...más que todo para entretenernos por el momento en el que estemos desocupados o algo así"	Representación mental	Idea de lo que logra siendo usuario de videojuegos.	En su mente él tiene impresa la idea de que video jugando puede alcanzar cierto nivel de entretenimiento lo cual puede ser útil para ocupar su tiempo libre.
¿Cómo se imagina que sería un miembro de su familia que juega video juego? proyectiva.	"mi hermano menor sería como negociante, pues el poder de él sería el convencimiento sobre las personas, como la hipnosis, el de mi hermano mayor sería estilista profesional y el poder de él sería hacer como que las personas queden bellas, queden excelentes; el de mi mamá luchadora y el poder es que todo lo que se	Representación mental	Representación del rol que desempeña cada miembro de su familia en su vida cotidiana y como sus habilidades o a tributos pueden ser útiles en un escenario de fantasía como los video juegos.	Su reconocimiento de las aptitudes que posee cada miembro o persona cercana le permite representar un personaje con propósitos en un videojuego en el cual según su inferencia puede aportar de forma positiva en un videojuego.



	<p>proponga lo haga, pues que lo que se promete lo cumpla, como una persona con palabra, ya mi papá sería como alguien que sabe muchas cosas, como un sabio, y el poder de él es arreglar las cosas o mejorarlas."</p>			
--	--	--	--	--

Fuente: elaboración propia.

Anexo 10: Tabla 18: Matriz de análisis de entrevista #3 Codificación Abierta

Preguntas	Entrevista 3	Dimensión cultural	Sistematización	Interpretación
			Análisis	
Durante su tiempo libre, normalmente ¿a qué se dedica?	"eeeh yo, eeh a veces juego en el celular y a veces toca ayudarle a mi papá en el trabajo."	Costumbre	Es una actividad frecuente acompañar a su papá mientras trabaja o jugar video juegos en su tiempo libre.	Jugar videojuegos con el celular y trabajar con la compañía de su papá es considerada una práctica frecuente, lo cual se puede categorizar como un hábito en su vida social.
¿Tiene algún espacio asignado o Normalmente en su casa dónde juega?	"Yo también en la pieza, y pues si, a veces voy a la sala, como el juego es on line..."	Costumbre	Conducta definida de su elección de espacios para usar videojuegos.	Él manifiesta que tiene lugares predestinados para llevar a cabo sus actividades relacionadas a jugar videojuegos.
¿con que personas comparte o interactúa para jugar videojuegos y por qué?	"Si de varios países, varios lugares."	Costumbre	Acostumbra compartir con personas de diferente procedencia u origen.	Habitualmente, personas de otros países u diferentes lugares del país se relacionan con él a través de estas plataformas digitales.
¿Qué suele hacer cuando va a comprar un videojuego? ¿cómo lo hace?	"Pues yo me meto ahh, pues cuando es de comprar, yo me meto a una página de Facebook que se llama market place y ya para descargar en mismo play se pueden descargar." "...Sí,	Costumbre	Es un hábito cada vez que va a comprar investigar en páginas para enterarse del precio o si son entretenidas.	Visitar y consultar páginas o personas que ofertan este tipo de productos es una práctica frecuente al momento de decidir adquirir un videojuego o algo relacionado.



	primero me fijo en el precio, y más que todo intento negociar el precio por si está muy elevado."			
¿Qué importancia le da usted a los videojuegos en su vida?	"...para pasar el tiempo pues entonces no le echo tanta importancia, a que estoy aburrido, vamos a jugar un ratico y ya."	Valores	Valora que puede pasar el tiempo en el que siente aburrimiento jugando videojuegos.	Él establece un atributo relevante al momento de jugar videojuegos y es el de dispersión en momentos que considera que no se siente entretenido por nada.
¿cómo se siente luego de jugar videojuegos, o con qué finalidad lo hace? (habilidades/diversión)	"y también pues por ejemplo si son de otros países le enseñan a uno palabras, pues si lo ponen a prenderse cosas nuevas."	Valores	Le da valor al conocimiento que le puede aportar otras personas de diferentes países sobre sus culturas.	Para él aprender nuevas palabras, culturas o lenguaje de países diferentes es importante dado que siente que está haciendo algo novedoso.
Cuénteme sobre un recuerdo positivo que tenga usted jugando video juegos.	"pues la verdad no, pues yo no tengo ninguna historia, no sé Giovanni." "sí, por ejemplo, pues yo, conocí a una niña... se llama Camila pues por el juego, y pues en este momento estamos hablando."	Representación mental	Tiene una imagen de que a través de los videojuegos es posibles generar lazos de amistad.	Él tiene una percepción relacionada con la integración y los diferentes tipos de relación que se pueden formar a través de los videojuegos.
¿Qué piensa cuando le digo videojuegos?	"algo para entretenerse." "algo de otro mundo, pues porque de por sí cuando uno juega esos videojuegos uno está es entretenido, uno es como pendiente de otra cosa."	Representación mental	Representación mental de que los videojuegos entretienen y transportan a otro mundo.	Para él los videojuegos representan un medio de diversión y entretenimiento que permite substraerse de la realidad.
¿Cómo se imagina jugando videojuegos, un lugar, amigos, a qué hora...?	"pues yo, yo primero que todo construiría una casa, si eso es como lo que me gusta hacer, como casas, como comprar carros y todo eso, moto, y si..."	Representación mental	Tiene un imaginario a cerca de lo que quiere o pretende alcanzar de su vida y lo representa en los videojuegos.	Él proyecta a través de los videojuegos sus anhelos y aspiraciones de lo que le gustaría alcanzar en su vida.
¿Se ha imaginado siendo parte de los videojuegos? Describame cómo sería su personaje.	"El mío sería una persona que se vea como una persona empresaria pues, así como una persona decente, porque eso es lo que yo quiero ser en	Representación mental	Tiene un imaginario de lo bueno o correcto y de acuerdo a esto busca reflejar en a través de sus intereses eso que ha interiorizado.	Para él ser una persona decente es representación de éxito o auto realización, lo cual busca proyectar y alcanzar a través de sus



	la vida."			actividades.
¿Qué rol tiene en su vida los videojuegos?	"pues para mí eso es como un hobby..."	Representación mental	Jugar juegos representa un hobby para el informante.	Tiene el imaginario que con los videojuegos como hobby logra entretenerse y dispersarse.
¿Cómo se imagina que sería un miembro de su familia que juega video juego? proyectiva.	"pues yo creo que mi mamá yo le pondría una habilidad de ser estilista y de tener mucho carácter con las personas y tener vida infinita porque pues yo a mi mamá la quiero mucho, lo mismo que a mi papá, ya mi papá le pondría como un man grande, con músculos y también como decente, a mi hermanita como una princesa, y ya."	Representación mental	Representación mental de las características que considera más importantes en sus familiares las cuales traslada a un mundo de imaginación en los videojuegos.	Para él los videojuegos representan un espacio donde puede proyectar las ideas que tiene sobre los atributos esenciales de sus familiares llevándolos a la virtualidad.
¿Qué consideras que son los videojuegos?	"algo para entretenerse"	Creencias	Cree que los videojuegos son algo para entretenerse.	El entretenimiento es el parámetro principal que tiene en cuenta para consumir videojuegos.

Fuente: elaboración propia.

Anexo 11: Tabla 19: Matriz de análisis de entrevista #4 Codificación Abierta

Preguntas	Entrevista 4	Dimensión cultural	Sistematización	Interpretación
			Análisis	
Durante su tiempo libre, normalmente ¿a qué se dedica?	"¡eeehh! a leer, pasear, jugar video juego y dormir."	Costumbre	Acostumbra leer, pasear, jugar videojuegos y dormir.	Hacer diferentes actividades durante su tiempo libre es algo que disfruta con frecuencia.
¿Tiene algún espacio asignado o Normalmente en su casa dónde juega?	"¡Eeehh!, por lo general es en mi habitación"	Costumbre	Es un hábito jugar videojuegos en la habitación.	Él establece que el lugar en el que usa videojuegos frecuentemente es su habitación.
¿con que personas comparte o interactúa para jugar videojuegos y por qué?	"¡eeehh! por lo general también es con otras personas, me gusta mucho la parte de la interconexión pues	Costumbre	Habitualmente interactúa con otras personas a través de plataformas digitales de videojuegos.	La interconexión a través del uso de videojuegos es algo que acostumbra hacer, de esta forma se integra e interactúa



	de los video juegos que hay pues como online"			con otras personas.
¿Qué suele hacer cuando va a comprar un videojuego? ¿cómo lo hace?	"eeehh por lo general lo hago directamente desde la tienda de Xbox o también me gusta como dependiendo del juego y si lo quiero tener físico voy directamente hasta alguna tienda"	Costumbre	Es un hábito comprar los videojuegos directamente desde la tienda de Xbox, y de acuerdo a si se trata de un juego que quiere obtener físico se dirige a la tienda física.	Comprar videojuegos es un proceso que suele hacer a través de la tienda virtual que tiene la misma marca, en algunas ocasiones, de acuerdo al gusto que sienta por el videojuego, lo prefiere físico y se dirige a la tienda.
¿Qué importancia le da usted a los videojuegos en su vida?	"simplemente tengo un vínculo como con los video juegos desde que estaba muy pequeño"	Valores	El valor que le da a los videojuegos reside en el vínculo que ha tenido con ellos a lo largo de su crecimiento.	Para él sentir o mantener la conexión que ha sostenido por años con los videojuegos es algo realmente importante.
Defíname lo que usted siente al jugar videojuegos.	"para comenzar a reírme o integrarme"	Valores	Valora que se puede reír e integrar al jugar videojuegos.	La importancia de practicar videojuegos es debido a que con éstos puede integrarse con otras personas y sentirse alegre.
¿cómo se siente luego de jugar videojuegos, o con qué finalidad lo hace? (habilidades/diversión)	"Lo tomo como escape" "Eeehh si es algo pues como que me gusta por lo general tranquilo o hasta un poco más relajado"	Valores	Le da importancia a la sensación de tranquilidad y relajamiento que jugar videojuegos le provee.	Él manifiesta que con el uso de los videojuegos logra tranquilidad, lo cual es importante ya que logra relajarse y seguidamente sentirse mejor consigo mismo.
¿Qué aspectos tiene en cuenta para elegir jugar videojuegos frente a otras actividades de entretenimiento en su tiempo libre? Qué lo motiva a elegir los videojuegos.	"Pues por lo general trato primeramente de descansar cierto y ya después dependiendo de lo que tenga ganas de hacer me pongo a leer o a jugar en el Xbox o hacer cualquier otra cosa"	Valores	Es importante para él tener opciones de actividades para realizar en el tiempo libre.	Su valor está en la capacidad que tiene en poder elegir si lo hace o no, es algo que no se siente obligado a hacer y aun así quiere hacerlo, siente el gusto por hacerlo.
¿Qué piensa cuando le digo videojuegos?	"Diversión"	Representación mental	Tiene el imaginario de que los videojuegos son divertidos.	Establece que los videojuegos para él representan diversión.
¿Cómo se imagina jugando videojuegos, un lugar, amigos, a qué hora...?	"...mi lugar ideal sería estando con amigos..." "...así como tranquilo, una playa relajados tomándonos algo ehh mientras estemos"	Representación mental	Representación mental de lo que sería una experiencia ideal jugando videojuegos.	Expone que un lugar con amigos, integración y tranquilidad jugando videojuegos representa el ideal de lo que es ser usuario



	todos integrados y felices yo diría que estaría bien"			de videojuegos.
¿Se ha imaginado siendo parte de los videojuegos? Describame cómo sería su personaje.	"no pues yo creo que todos les ponemos las características propias a un personaje, así como barbadito o que esta forma o que con gorra o tal cosa pues asemejarlo mucho como a las características mías"	Representación mental	Tiene el imaginario de que se puede representar a sí mismo de acuerdo a las características que posee en un videojuego.	Se proyecta a través de los videojuegos con las representaciones que tiene de sí mismo.
¿Qué rol tiene en su vida los videojuegos?	"ha sido algo que me ha acompañado desde mi niñez"	Representación mental	Representación mental de acompañamiento.	Los videojuegos representan en su vida acercamiento, debido a que lo han acompañado a lo largo de su vida.
¿Cómo se imagina que sería un miembro de su familia que juega video juego? proyectiva.	"pues yo diría que a mi mama le daría súper fuerza jajá, quizás se puede interpretar mucho desde lo físico, cierto, pero es que mi mama es una persona como tan fuerte mentalmente y que conserva tanto la compostura que a lo mejor sería con la habilidad que yo la relacionaría eeehh a mi hermanita pues yo diría que, yo pienso aquí, María Antonia sería como un personaje más frio más sombrío como así decirlo ella no es tan expresiva"	Representación mental	Proyección de lo que representa su familia a través de los videojuegos.	Los atributos que caracterizan a su familia se ve representado en su realidad virtual, pues a través de los videojuegos busca proyectarlos.
¿Qué consideras que son los videojuegos?	"...cuando yo diría que realmente muchas veces antes si socializan demasiado, pero quizás ignoran mucho como a la sociedad pues como a su círculo diario como así decirlo..." "también hay personas que ya lo juegan profesionalmente entonces uno tiende a ver como que los	Creencias	Tiene la creencia de que con los videojuegos se pueden construir círculos de amigos específicos.	La integración de grupos de amigos con gustos e intereses en común son establecidas como actividades principales siendo usuarios de videojuegos.



	video juegos ya son como una profesión para alguien "			
¿Qué representa los videojuegos en su vida y por qué? Profundizar.	"Yo digo que como persona eehh mucho desde la parte social, como yo digo pues los video juegos tienden a ser como un punto de encuentro un punto para conversar, distraerse con los amigos entonces tiende a volverse como un poco más social, yo digo que como hacer nuevas amistades conocer nuevas personas pues es como un lazo estrecho yo diría que con la amistad"	Creencias	Cree que los videojuegos son un lugar para integrarse.	La interacción social es uno de los atributos que tiene la creencia que son de mayor aporte desde los videojuegos, pues permite conocer nuevas personas e impulsa la socialización con las mismas.

Fuente: elaboración propia.

Anexo 12: Tabla 20: Matriz de análisis de entrevista #5 Codificación Abierta

Preguntas	Entrevista 5	Dimensión cultural	Sistematización	Interpretación
			Análisis	
Durante su tiempo libre, normalmente ¿a qué se dedica?	"Bueno la mayoría de mi tiempo libre estoy con una consola de video juegos"	Costumbre	Habitualmente es usuario de videojuegos.	Usar consolas como actividad de entretenimiento en su tiempo libre suele ser un hábito.
¿Tiene algún espacio asignado o Normalmente en su casa dónde juega?	"Pues mira eeh yo juego en mi casa, aunque me parece como muy aburridor porque entonces yo me la paso solo, entonces me es mejor compartir con los amigos entonces otra opción en otros sitios me encuentro con ellos y entre todos jugamos"	Costumbre	Suele reunirse en diferentes lugares para jugar videojuegos.	Compartir y reunirse con los amigos para es una costumbre en la cual pueden explorar diferentes lugares de encuentro.
¿con que personas comparte o interactúa para jugar	"Pues con 2 o 3 amigos"	Costumbre	Acostumbra jugar con varios amigos.	Integrarse con otras personas es un hábito que comparten



videojuegos y por qué?				con el fin de jugar videojuegos.
¿Qué suele hacer cuando va a comprar un videojuego? ¿cómo lo hace?	"...pues si lo compramos ahí mismo en la tienda que tiene la consola que sería vía tarjeta de crédito o en debito pues ya si nos deja, y ya de una vez, también lo podemos comprar también por mercado libre o en algunas tiendas que también nos facilitan la película así normalita"	Costumbre	Tiene el hábito de comprar en tiendas virtuales.	Las plataformas digitales son las tiendas que prefieren usualmente para comprar los videojuegos pues tienen oferta de las películas o videojuegos que consumen regularmente.
¿Qué importancia le da usted a los videojuegos en su vida?	"Para mí sí, me parece que si me han ayudado bastante"	Valores	Le importa la ayuda que le han brindado los videojuegos.	Él establece que los videojuegos han sido una fuente de ayuda para su vida en general, es decir, diferentes aspectos.
Defíname lo que usted siente al jugar videojuegos.	"...yo me siento muy contento..."	Valores	Valora que los videojuegos lo hacen sentir contento.	El involucramiento con los videojuegos es algo que aporta de forma significativa en su estado de ánimo.
¿cómo se siente luego de jugar videojuegos, o con qué finalidad lo hace? (habilidades/diversión)	"...para resolver problemas me ayudaron mucho en otra parte también en ingles que tienen algunos juegos me ayudaron mucho en la etapa académica..." "...cuándo está muy compleja digamos que un ejercicio o un problema ya sea familiar que tenga toma de decisiones muy buenas" "...Bueno yo lo hago con la finalidad de practicar..."	Valores	La importancia radica en las herramientas que le han brindado los videojuegos para resolver problemas, alcanzar metas académicas y mejorar su toma de decisiones.	Para él sentir que crece de forma integral con ayuda de los videojuegos es muy importantes, debido a que con éstos desarrolla habilidades comunicativas, académicas, toma de decisiones mientras práctica jugar algo que le gusta.
¿Qué aspectos tiene en cuenta para elegir jugar videojuegos frente a otras actividades de entretenimiento en su tiempo libre? Qué lo motiva a elegir los videojuegos.	"Bueno yo los elijo digamos cuando no tengo muchas ganas de salir, a veces si me dan ganas de salir, pero Bueno yo digo hoy tengo que grabar de pronto algunos clips del juego, tengo que	Valores	Valora los espacios que tiene para prestar atención a cada aspecto que implica el dedicarse profesionalmente a los videojuegos.	La importancia que le genera tener una meta profesional a través de los videojuegos le permite valorar el tiempo dedicado a esto, priorizarlo y planearlo ya que lo percibe como un proyecto personal



	tener las cositas guardadas como para el futuro, entonces a veces priorizo más irme a jugar con un compañero que también estamos como en el mismo proyecto mientras los dos nos quedamos ese fin de semana y ya dejamos como las otras cositas atrás"			con el cual se siente realizado o independiente.
¿Qué piensa cuando le digo videojuegos?	"Entretenimiento"	Representación mental	Los videojuegos representan entretenimiento.	Establece que el atributo principal que representa los videojuegos para él es el entretenimiento.
¿Cómo se imagina jugando videojuegos, un lugar, amigos, a qué hora...?	"...voy a decir al parcero que vayamos y nos conectemos y empecemos a practicar..."	Representación mental	Representación de que a través de los videojuegos se puede lograr conexión con otras personas.	La conexión e interacción representan en el informante atributos fundamentales.
¿Se ha imaginado siendo parte de los videojuegos? Descríbame cómo sería su personaje.	"a veces cuando uno crea un personaje digamos en diferentes juegos uno lo hace lo más semejante a uno..."	Representación mental		
¿Qué rol tiene en su vida los videojuegos?	"...pues para mí es muy importante porque me aleja un poquito de lo que está pasando a veces, digamos que estoy pasando por un mal momento estoy triste y lo que hago es conectarme..."	Representación mental	Imaginario de que los videojuegos le permiten abstraerse de sus sentimientos de tristeza o momentos de dolor.	Expone que los videojuegos representan una forma de entretenimiento con la cual puede distraerse de malos momentos por lo que esté pasando en su vida.
¿Cómo se imagina que sería un miembro de su familia que juega video juego? proyectiva.	"Pues yo realmente le pondría a que saltara alto y empezara a tirar cosas a lo loco jajá y destruir de todo, tirando no se digamos que algunas piedras palos lo que fuera"	Representación mental	Proyección de las cualidades que representan sus seres queridos.	Expresa a través de los videojuegos las cualidades o atributos más significativos de sus familiares.
¿Qué consideras que son los videojuegos?	"es mejor compartir con los amigos entonces otra opción en otros sitios me encuentro con ellos y entre todos jugamos"	Creencias	Cree que hacer uso de los videojuegos con amigos y diferentes puntos de encuentro es algo que define la experiencia.	Establece que tiene la creencia de que los videojuegos promueven la integración con nuevas personas y amigos en diferentes puntos de encuentro ya sea presencial o



				virtualmente.
¿Qué representa los videojuegos en su vida y por qué? Profundizar.	"... la verdad es que los videojuegos me hicieron una persona más comprensiva más respetable un poquito más tolerante, porque a veces hay que tener como tolerancia con los juegos..."	Creencias	Tiene la creencia de que los videojuegos lo hacen una persona más comprensiva, respetable y tolerante.	Los videojuegos son un medio a través del cual se puede obtener valores, aptitudes y comportamientos como la tolerancia, respeto y comprensión.

Fuente: elaboración propia.

Anexo 13: Tabla 21: Matriz de análisis de entrevista #6 Codificación Abierta

Preguntas	Entrevista 6	Dimensión cultural	Sistematización	Interpretación
			Análisis	
Durante su tiempo libre, normalmente ¿a qué se dedica?	Durante mi tiempo libre me gusta leer, me gusta jugar videojuegos, hacer ejercicios, escuchar música, ehh, salir a caminar, hago de todo un poco, pero más que todo me gusta jugar cuando tengo más tiempito.	Costumbre	Tiene el hábito de leer, jugar videojuegos, escuchar música y caminar durante su tiempo libre.	Acostumbra realizar actividades que considera importantes durante su tiempo libre con el fin de disfrutar y aumentar su calidad de vida.
¿Tiene algún espacio asignado o Normalmente en su casa dónde juega?	Ehh, tengo varios, de hecho, en mi pieza tengo un play 4, tengo un switch, pero el switch también me lo puedo llevar para la sala o balcón, a veces en la sala principal lo conecto.	Costumbre	Habitualmente juega en los lugares que tiene designados en su casa para jugar videojuegos.	Acostumbra designar lugares en los cuales puede usar sus diferentes consolas con la finalidad de que su experiencia de juego sea más placentera.
¿Qué suele hacer cuando va a comprar un videojuego? ¿cómo lo hace?	Tengo muy en cuenta el género, hay ciertos géneros que exclusivamente me gusta, también si de pronto es un juego que me llame la atención, si es para un jugador o para varios jugadores, el precio también,	Costumbre	Tiene la costumbre de elegir sus videojuegos de acuerdo a los géneros que prefiere, el precio y el tiempo de espera.	Es un hábito tener en cuenta alternativas tales como precio, género, tiempo de espera, además, de si son multi jugador o las reseñas del videojuego.



	me guio mucho por el juego, o si es un juego que llevo esperando 1 año o más ya no es tan relevante el precio, más que todo también que sea como, que tenga historia que es mi género favorito.”			
Cuénteme sobre un recuerdo positivo que tenga usted jugando video juegos.	“Sí, hay uno en particular, y es que a mí me gustaba mucho jugar crash carros, y lo jugaba con mi mamá, papá y hermana, en familia pasábamos tiempo jugando”	Representación mental	Imaginario de que con los videojuegos se pueden crear experiencias y recuerdos con la familia.	Los lazos familiares, integraciones y creación de recuerdos representan parte fundamental de lo que puede promover el uso de videojuegos.
¿Qué piensa cuando le digo videojuegos?	“Alegría, me da como felicidad, ganas de sentarme, coger un control y de sacar el espacio y el tiempo.”	Representación mental	Representación mental de alegría.	Los videojuegos pueden causar, promover y representar sentimientos de alegría, así como el interés por sacar y designar parte del tiempo libre en ello.
¿Cómo se imagina jugando videojuegos, un lugar, amigos, a qué hora...?	“Me imagino en mi cama, en mi pieza que es el lugar más cómodo, preferiblemente acostado o en una silla gamer, me gusta llevar comida, que no tenga que volverme a parar”	Representación mental	Representación de comodidad mientras juega videojuegos.	Los videojuegos pueden representar entretenimiento, así como comodidad y desarrollo de la concepción de las preferencias al momento de usarlos en cuanto a espacio y cómo vive la experiencia.
¿Se ha imaginado siendo parte de los videojuegos? Describame cómo sería su personaje.	Me identifico como un poquito de cada personaje, cada uno deja algo en mí, ya sea que ayuda a los demás o son buenas personas o intentan acabar con un jefe malo o algo malo que hay, entonces diría que un poquito de cada uno”	Representación mental	Representación de lo que considera justo proyectándolo a través de los videojuegos.	La percepción de lo que considera justo, correcto o define su personalidad se puede ver representado en el uso de los videojuegos a través de su comportamiento en la realidad virtual.
¿Qué rol tiene en su vida los videojuegos?	Para mí representan alegría, representan saber que, si estoy triste, cansado, si digamos me da depresión o algún estado de ánimo me	Representación mental	Representación de alegría, distracción, conexión y cambio de actitud de forma positiva.	El informante tiene el imaginario de que con los videojuegos puede lograr evadir tiempos tristes, situaciones difíciles por las



	conecto a jugar y mi actitud va a cambiar, me voy a sentir contento o alegre, que vuelvo a algo que me gusta y es algo que siempre voy a tener.			que esté pasando y que los puede usar como medio de entretenimiento para salir de momentos depresivos ya que representan acompañamiento.
¿Cómo se imagina que sería un miembro de su familia que juega video juego? proyectiva.	De ellos sería personajes tranquilos que están dándole apoyo al personaje principal, y que el principal también está pendiente de ellos ayudándole en cada momento, acompañando en sus travesías individuales.	Representación mental	Representación mental que refleja una proyección de lo que son sus familiares respecto a sus habilidades en los videojuegos.	Tiene una visión de sus familiares representada por sus atributos principales o característicos con los cuales ha establecido una identidad para cada uno.
¿Qué consideras que son los videojuegos?	los videojuegos para mí son historias que esperan ser vividas, son momentos de la vida en la que uno se sale de una vida y se mete como en otra, son otros espacios de la realidad.	Creencias	Tiene la creencia de que los videojuegos son historias que puede vivir con el propósito de alejarse un poco de su realidad y crear nuevos momentos.	La búsqueda de nuevas formas para olvidar su realidad actual es un motivante que lo lleva a creer que a través de los videojuegos lo puede lograr.
¿Qué representa los videojuegos en su vida y por qué? Profundizar.	Sí, diría que sí, bastante, yo por ejemplo de cada personaje o cada historia he adaptado o he aprendido moralejas.	Creencias	Cree que los videojuegos le han ayudado a construir su realidad y cómo es hoy.	Tiene la creencia inconsciente de que los videojuegos han aportado aprendizajes en su personalidad que lo han llevado a tomar decisiones comportamentales.
¿Qué importancia le da usted a los videojuegos en su vida?	los videojuegos han sido parte importante de mi vida, siento que gracias a ellos de alguna manera he desarrollado creatividad, ehh atención, también me han sacado de momentos tristes, entonces me pongo a acordarme de juegos que me traen buenos recuerdos entonces si han sido muy importantes, creo que no dejaría de jugar hasta que esté	Valores	Valora que los videojuegos lo han acompañado a través de su crecimiento, generando así sentimientos de nostalgia y apego, además de las experiencias y recuerdos que ha tenido con éstos.	Él establece un conjunto de atributos importantes para los videojuegos y los que éstos le han generado, tales como compañía, integración y habilidades.



	viejito.”			
Definame lo que usted siente al jugar videojuegos.	mientras estoy jugando me siento relajado, tranquilo, siento que me estoy divirtiendo, que estoy dejando todos los problemas del día a un lado y me estoy concentrando en una historia que quiero terminar o seguir, de un personaje que quiero mejorar, quiero verlo terminar la historia o el juego”	Valores	Le da valor a la forma en que los videojuegos lo hacen sentir y la forma en que se olvida de sus problemas mientras los practica.	Los atributos que más le importan es la sensación de calma y tranquilidad que le otorga video jugar, pues le genera diversión a la vez que lo distrae de sus inconvenientes personales.
¿cómo se siente luego de jugar videojuegos, o con qué finalidad lo hace? (habilidades/diversión)	"y al terminar de jugar siento que quiero seguir jugando, me da tristeza no seguir jugando ya sea por deberes laborales o profesionales, y quedo como con esas ganas de seguir a ver qué más me va a traer el juego o la historia." - "yo soy una persona competitiva entonces en juegos que tienen características de competencia, intento como desarrollar más las habilidades y casi que ser de los mejores."	Valores	Le da importancia a poder desarrollar sus habilidades mientras video juega.	Desarrollar nuevas habilidades para la vida cotidiana y para los videojuegos mismos es algo que valora, pues considera que ha ganado experticia a medida que juega más.
¿Qué aspectos tiene en cuenta para elegir jugar videojuegos frente a otras actividades de entretenimiento en su tiempo libre? Qué lo motiva a elegir los videojuegos.	El estado de ánimo es una, también el día, si de pronto está lloviendo mucho prefiero quedarme en la casa, digamos si estoy muy cansado tampoco quiero salir, quiero ehh, prefiero jugar, o hacer algo más tranquilo como leer, también si de pronto hay algo nuevo.	Valores	Valora poder pasar tiempo en su casa mientras juega videojuegos.	El hecho de que pueda realizar esta actividad desde la tranquilidad de su casa es algo que valora dado que en ocasiones por el estado de ánimo o condiciones de clima es difícil realizar otras actividades de entretenimiento.

Fuente: elaboración propia