



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LOS CONTENIDOS TRANSMEDIA Y
SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD DE LEAGUE OF LEGENDS
ECUADOR.

RUIZ GUERRA KEVIN PATRICIO
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2018



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LOS CONTENIDOS
TRANSMEDIA Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD DE LEAGUE
OF LEGENDS ECUADOR.

RUIZ GUERRA KEVIN PATRICIO
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2018



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

EXAMEN COMPLEXIVO

ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LOS CONTENIDOS TRANSMEDIA Y SU
IMPACTO EN LA COMUNIDAD DE LEAGUE OF LEGENDS ECUADOR.

RUIZ GUERRA KEVIN PATRICIO
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

QUEZADA TELLO LADDY LISET

MACHALA, 06 DE JULIO DE 2018

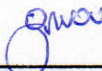
MACHALA
06 de julio de 2018

Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado Análisis de la influencia de los contenidos transmedia y su impacto en la comunidad de League of Legends Ecuador., hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



QUEZADA TELLO LADDY LISET
0704310291
TUTOR - ESPECIALISTA 1



INIGUEZ PARRA GABRIEL ANTONIO
0704423862
ESPECIALISTA 2



GALVEZ PALOMEQUE KAROL ELIZABETH
0704718303
ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: miércoles 18 de julio de 2018 - 10:50

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TEMA-PRÁCTICO-COMPLEXIVO-KEVIN-RUIZ-UTMACH.pdf
(D40284724)
Submitted: 6/20/2018 10:06:00 PM
Submitted By: lquezada@utmachala.edu.ec
Significance: 3 %

Sources included in the report:

tesis anillados PPeralta.docx (D27509815)
<https://euw.leagueoflegends.com/es/game-info/get-started/what-is-lol/>

Instances where selected sources appear:

2

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, RUIZ GUERRA KEVIN PATRICIO, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado Análisis de la influencia de los contenidos transmedia y su impacto en la comunidad de League of Legends Ecuador., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.


El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 06 de julio de 2018



RUIZ GUERRA KEVIN PATRICIO
0705957801

RESUMEN

Hoy en día la sociedad se maneja en compases de tiempo acelerados, los cuales han dejado marcadas las transformaciones dentro de los procesos sociales y de comunicación que han mantenido su curso durante mucho tiempo, todo esto en consecuencia de las nuevas tecnologías que han provocado que el ser humano haya tenido que adaptarse a un nuevo hábitat digital donde no existen distancias ni horarios que nos separen, pero que trae consigo una responsabilidad inmensa al emplear estas herramientas.

En Ecuador se incrementan los niveles de empoderamiento de la tecnología en donde un smartphone se convierte en instrumento de trabajo y educación, por eso se ha observado cómo muchos de los procesos cotidianos migraron hacia plataformas digitales, siendo el acceso al internet una necesidad para mantener una comunicación constante con el mundo exterior, por eso muchos de los jóvenes en la actualidad ven el potencial que tienen estos contextos virtuales llegando a convertir actividades que antes eran reconocidas como entretenimiento hacia un nivel profesional.

En esta investigación se exponen los resultados del impacto que tienen las narrativas del videojuego League of Legends dentro de la comunidad de facebook, caracterizando el perfil de las personas que son parte del mismo y cómo utilizan esta plataforma como un medio de comunicación de su entorno. Para la continuidad de la temática se emplearon técnicas como la etnografía virtual, entrevistas y encuestas que permitieron contrastar la información obtenida desde diferentes aristas de la realidad y llegar a una conclusión.

Palabras Claves: Narrativa transmedia, fandoms, alfabetización digital, League of Legends, prosumidores.

ABSTRACT

Today society is managed in accelerated time compasses, which have left marked the transformations within the social and communication processes that have maintained their course for a long time, all this in consequence of the new technologies that have caused the human being has had to adapt to a new digital habitat where there are no distances or schedules that separate us, but which brings immense responsibility when using these tools.

In Ecuador, the levels of empowerment of technology are increased where a smartphone becomes an instrument of work and education, which is why it has been observed how many of the daily processes migrated towards digital platforms, being access to the internet a necessity to maintain a constant communication with the outside world, which is why many young people today see the potential of these virtual contexts, converting activities that were previously recognized as entertainment to a professional level.

This research exposes the impact of the narrative of the League of Legends video game within the facebook community, characterizing the profile of the people who are part of it and how they use this platform as a means of communication of their environment. For the continuity of the theme, techniques such as virtual ethnography, interviews and surveys were used to contrast the information obtained from different edges of reality and reach a conclusion.

Keywords: Transmedia narrative, fandoms, digital literacy, League of Legends, prosumers.

ÍNDICE

RESUMEN

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUCCIÓN | 4 |
| 1.1 ANTECEDENTES | 4 |
| 1.2 TEMA | 4 |
| 1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 4 |
| 1.4 OBJETIVOS | 5 |
| OBJETIVO GENERAL | 5 |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 5 |
| 1.5 CONTEXTUALIZACIÓN | 5 |
| 1.6 JUSTIFICACIÓN | 6 |
| 2. DESARROLLO CONCEPTUAL | 6 |
| 2.1 TRANSMEDIA | 6 |
| 2.2 ICONOSFERA | 7 |
| 2.4 PROSUMIDOR | 8 |
| 2.5 FANDOMS | 8 |
| 2.6 GAMIFICACIÓN | 8 |
| 2.7 PERFILES DE LOS JUGADORES ONLINE | 9 |
| 2.8 VIDEOJUEGOS MASIVOS | 9 |
| 2.8.1 MMORPG | 9 |
| 2.8.2 MOBA | 10 |
| 3. METODOLOGÍA | 10 |
| 4. RESULTADOS | 11 |
| Tabla 1. Conceptualización multidisciplinaria de variables | 11 |
| Tabla 2. Resultados de reacciones en redes sociales | 12 |
| Tabla 3. Tiempo invertido en el juego | 13 |
| Tabla 4. Medios de comunicación de la comunidad | 13 |
| Tabla 5. Contenido generado por los miembros de la comunidad | 15 |
| CONCLUSIONES | |
| RECOMENDACIONES | |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | |
| ANEXOS | |
| ANEXO 1. CUESTIONARIOS DE ENTREVISTAS | 19 |
| ANEXO 2. CUESTIONARIOS DE ENCUESTAS | 23 |
| ANEXO 3. PRODUCTO EDITORIAL | 24 |

1. INTRODUCCIÓN

1.1 ANTECEDENTES

La evolución de una sociedad cada vez más inmersa en una cultura tecnológica ha provocado el nacimiento de nuevas formas de comunicación, cada vez más arraigadas a una dinámica bilateral, en donde los consumidores toman una voz activa en los procesos de creación de la información que hay a nuestro alrededor, tal es el caso de los videojuegos, que luego de un proceso de transformación y adaptación a las necesidades de los usuarios presentan contenidos nuevos que generan expectativa en los consumidores quienes mantienen un alto interés por adquirirlos.

Por ello, según Charsky(2010), los videojuegos son una herramienta que podemos volver a redimensionar como elemento didáctico, pero también podemos aislar la estructura comunicacional formulada para presentar sus productos y convertir a los usuarios en prosumidores. Tal como es el caso de League of Legends, que ha logrado captar la atención de gran parte de la población global llegando a niveles competitivos, pero una de las razones más notable de su éxito es la presentación de sus narrativas storytelling en un contexto transmedial, donde la interacción de los usuarios ha logrado que en muchos casos generen contenidos de autoría de cada usuario.

Todo este fenómeno demuestra una transformación en la realidad, poniendo como prioridad a la tecnología, la que debe responder a la responsabilidad de la interacción social de las nuevas generaciones, como lo afirma Alonso(2008) “de forma natural, las imágenes ponen en marcha procesos que desempeñan un papel fundamental en el desarrollo de la comprensión del mundo social en los niños”, pues los espacios abiertos en donde se compartían momentos de diversión entre amigos del barrio han ido desapareciendo, dejando como únicos medios de interacción a las tecnologías de la comunicación.

1.2 TEMA

Análisis de la interacción e influencia de los contenidos transmedia y su impacto en la comunidad de League of Legends Ecuador.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cuál es la interacción e influencia que tiene la narrativa transmedia de League of Legends en la comunidad de jugadores del Ecuador desde la perspectiva de la comunicación?

1.4 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar la influencia e interacción de los contenidos transmediales de League of Legends e interacción de la comunidad virtual de fans de Ecuador .

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar el perfil de los consumidores de League of Legends.
- Analizar los canales de comunicación que utilizan los públicos.

1.5 CONTEXTUALIZACIÓN

Hoy en día es normal estar cerca de la tecnología, incluso tener algún pariente que invierta su tiempo en actividades de entretenimiento en el mundo virtual del internet y los videojuegos, pero gran parte desconoce su historia, sus primeros pasos fueron cerca de los años 40 cuando en América se creaba un simulador de vuelo con el fin de entrenar a sus pilotos, varios años después en 1962 los computadores habían evolucionado, redujeron su tamaño y costo radicalmente.

El uso de las nuevas tecnologías en nuestro país se puede evidenciar en las investigaciones realizadas por el INEC (2018) en donde existe un incremento considerable en el uso de tecnologías de la información en un periodo de 3 años (2013 al 2016).

Debido a esto, en Ecuador existe un aumento de interés por parte de la población adolescente y adulta en productos de entretenimiento como videojuegos instalados en sus computadores o consolas que han transformado las necesidades sociales y comunicacionales dentro de los miembros de la sociedad al dedicar mucho de su tiempo libre a jugar, siendo el caso más visible el de League of legends, que según la página oficial de su desarrolladora Riot Games (2016) la define así:

Es un juego competitivo en línea de ritmo frenético, que fusiona la velocidad y la intensidad de la estrategia en tiempo real (ETR) con elementos de juegos de rol. Dos equipos de poderosos campeones, cada uno con un diseño y estilo de juegos únicos, compiten cara a cara a través de diversos campos de batalla y modos de juego. Con un plantel de campeones en constante expansión, actualizaciones frecuentes y un emocionante panorama competitivo, League of Legends ofrece posibilidades de juego ilimitadas a usuarios de todos los niveles de habilidad.

1.6 JUSTIFICACIÓN

Cada generación ha desarrollado características propias que las diferencian las unas de las otras como es el caso de los millenials, quienes nacieron en una era llena de nuevas tecnologías, fueron los que recibieron el peso total del desarrollo. Y es por esto que aspiran a mantenerse en estas tecnologías, por lo que es común ver a los jóvenes invirtiendo mucho de su tiempo en videojuegos que hoy en día se han convertido en un nuevo mercado viendo la necesidad de investigar el contexto de estos productos tecnológicos, que poco a poco se vuelven una cultura popular, por eso se deben sintetizar estos modelos comunicacionales para aplicarlos en diferentes áreas de la comunicación.

2. DESARROLLO CONCEPTUAL

2.1 TRANSMEDIA

En la investigación realizada por Scolari(2017) indica que Henry Jenkins fue el primero en emplear este término publicado en Technology Review en el año 2003 en el que afirma que “hemos entrado en una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales”.

No obstante, durante el desarrollo de nuevas realidades tecnológicas más útil se convierte este concepto. De hecho, la narrativa transmedial y los fandom de las diferentes propuestas multimedia en videojuegos son la base estructural de los estudios de varios investigadores. Debido a esto, Crisóstomo(2016) dibuja el ambiente de la influencia que tienen los seguidores basado en los elementos constructivos y al ámbito de la narrativa transmedia.

No se debe olvidar que un medio es un transporte, que, en lo transmedial va a dirigir al usuario a un mundo narrativo que ofrece diferentes novedades, por eso es importante tomar en cuenta el *timing* o planificación temporal para elaborar las tramas narrativas, que para Costa(2012) se debe tener establecido los momentos en el que los contenidos transmediáticos se ejecutarán en las distintas plataformas, para que cumplan con la finalidad con la que se crearon, esto influirá en la experiencia del usuario y el grado de participación que tendrán en cada una de ellas.

Pero el verdadero valor de una narrativa son sus contenidos, que basados en lo que nos explica Costa(2012) quien describe a las personas como seres hambrientos de historias, por lo que es indispensable crear una realidad totalmente original que permite sumergirnos en ellas y vivirlas, entonces podemos afirmar que un storytelling es un contenido narrativo diseñado para que el usuario

se vea dentro de la historia y que sea capaz de encontrar los detalles para tratar de suponer lo que podría venir.

Como explica Costa(2012) en muchos de los casos de transmedia storytelling que han funcionado, su éxito se debe principalmente a que los consumidores de esta historia se han podido identificar en alguno de los personajes que se describe durante la narrativa, llegando a sentirse muy relacionados emocionalmente hacia estos.

2.2 ICONOSFERA

Según Ávila(2016) la iconosfera no se limita al proceso superficial de lo que se percibe de un objeto a través de los ojos, sino que es un conjunto de procesos cognitivos de raíz escópica que establece una conexión entre lo subjetivo y la herencia cultural del entorno de un individuo hasta llegar a una percepción de la realidad por encima de lo que divisa.

Sola(2015) afirma que la imaginación y los imaginarios son piezas fundamentales para la cimentación de las bases para estudiar al entorno social y sus derivados (cultura y todo tipo de fenómenos de la comunicación mediática), por lo tanto se puede simplificar a la iconosfera como el conjunto de credos que tienen en común y comparten las sociedades.

2.3 PROPAGABILIDAD

La propagabilidad se ejecuta luego de una serie de acciones que permiten convertir a un contenido en viral. Para Hernández(2017), aquellos consumidores que se han identificado mucho con un producto, tendrán un nivel de compromiso muy alto y pasarán a convertirse en distribuidores, apropiándose de la identidad para llevar el mensaje hacia demás sujetos, este criterio lo refuerza Herrero(2017) desde la relación que debe existir entre los medios masivos y los públicos para construir una participación que se base en la responsabilidad y la democracia. Aportando al concepto de libertad, las sociedades que formulen sus contenidos a través de medios de comunicación.

En conclusión, se puede afirmar basado en la opinión de estos autores, que la propagabilidad nace a partir de la necesidad de expresar libremente los contenidos construidos por los usuarios, y que aunque con la modernidad a través del internet se ha globalizado, los procesos virales han venido desarrollándose desde hace mucho tiempo atrás. Esto implica el papel fundamental de los consumidores, que no solo establecen el patrón de uso, sino que establecen las tendencias que nacen a partir de las masas.

2.4 PROSUMIDOR

El término prosumidor lleva una historia muy amplia en la historia de la sociedad, como Carrero(2012) resalta, la importancia de las dimensiones de este concepto parte en sus orígenes, en los años 70 del siglo pasado, relacionado con otras áreas sociales y productivas de la época, hasta la edad moderna, en donde los recursos digitales han construido un ambiente adecuado para la retroalimentación.

Un prosumidor en los términos de Carrero(2012), “Tiene su origen en la unión de dos conceptos: productor y consumidor” y se catalogan a aquellos individuos que toman parte de un proceso comunicacional bidireccional y se convierten en un medio de comunicación, en donde tienen un papel activo en la creación de contenidos, que en muchos de los casos se proyectan en un futuro producto como es el caso de los videojuegos.

2.5 FANDOMS

La aparición de nuevas tecnologías ha permitido el acercamiento de muchos contenidos a usuarios que aprecian estos, sin embargo el término de *fandom* ha generado un fenómeno que impactaría a una sociedad en crecimiento, porque aunque son prosumidores se van apartando a un nivel superior y esto según Crisóstomo(2016) se encuentra en estrecho apego a que encuentran una identificación personal en cada una de las historias que va más allá del tiempo llegando incluso a influir en su esencia como ser humano, haciendo el centro de su vida las narrativas que se consumen, por eso es que esta población es susceptible a la información que los *media* presentan, llegando según Crisóstomo(2016) a convertirse en un prototipo de cómo podrían llegar a funcionar los medios masivos.

2.6 GAMIFICACIÓN

El desarrollo de la sociedad va en dependencia de los conocimientos que han adquirido en su historia: experimentos, investigaciones y más trabajos que han permitido encontrar información valiosa para la humanidad, pero en el contexto actual de las nuevas tecnologías se presenta un dilema, la aplicación de estrategias pedagógicas clásicas deben adaptarse a esta nueva población hiperinformada, Scolari(2013) genera varias interrogantes dirigidas a los individuos que interactúan en los videojuegos: ¿Por qué dedicar largas jornadas sentados frente a un ordenador? ¿Qué los motiva a realizar arduas investigaciones con tal de mantenerse informado de nuevas estrategias para poder destacar en estos videojuegos?, pero su argumentación ante esta problemática plantea una transformación de la ideología pedagógica, diciendo que el cambio no debe ser tecnológico sino conceptual.

Por esto dentro estos procesos de enseñanzas se deben identificar los elementos inmersivos que destacan en estas nuevas tecnologías para ser empleadas en la construcción del conocimiento, como menciona Rose(Rose, 2011) “llevan a profundizar tan hondo como se quiera sobre algo que nos interese”

2.7 PERFILES DE LOS JUGADORES ONLINE

Según Del Moral(2017), las personas que consumen estos productos de entretenimiento online, son aquellas que han logrado crear un vínculo con éstas y la principal razón de su fidelización es la participación activa dentro de estos contextos desempeñando una función específica, que llevan al usuario a permanecer en constante atención para poder exteriorizar sus habilidades y alcanzar los objetivos para la victoria en una partida.

Existen varios factores que motivan a un jugador a realizar estas actividades, que para Hussain(2015) citado por Del Moral(2017) son: “la novedad del juego, su rasgo social, el carácter del propio jugador, la competencia, el disfrute y el descubrimiento de nuevos escenarios”. Sin embargo existen aspectos individuales que determinan el apego de una persona hacia un videojuego.

2.8 VIDEOJUEGOS MASIVOS

La evolución en esta era tecnológica, ha lanzado a la sociedad a un mundo ilimitado de oportunidades en varios aspectos, el acceso a internet ha dado el nacimiento a diferentes comunidades a través de los videojuegos sociales, cooperativos y competitivos, por esto, basados en Bertrán(2016) a esta clase de juegos en línea se les denomina *MMO (Massively Multiplayer Online)* que dependiendo de su modo de juego pueden ser *MOBA o MMORPG*, que en la actualidad han sumado millones de seguidores que buscan compartir o destacar con sus habilidades entre esta población.

2.8.1 MMORPG

Los *Massively Multiplayer Online Role Playing Games* (juegos de rol online) para Kahn(2015) permite a los usuarios disponer de un avatar que personalizan y con el que realizarán batallas en las que tendrán varias recompensas que le permitirán aumentar su nivel y con ello sus habilidades.

Por lo tanto, la *inmersión* en comunidades virtuales de este tipo es de suma importancia para mantener a los jugadores en constante conexión, pues deben en varias ocasiones unirse para conquistar misiones e investigar los territorios que ofrecen estos juegos.

2.8.2 MOBA

El objetivo principal de los *MOBA* a criterio de Nuangjumnonga(2012) es “destruir la *base* del equipo contrario que es la estructura principal que está fuertemente custodiada en los lados opuestos”, en esta competición se destaca la sinergia de habilidades de los personajes del videojuego como de los jugadores quienes son responsables de su victoria o derrota según la decisión que se tome en el transcurso de la partida.

Aunque dispones de un personaje que acompañará en la partida, es mucho más rápida que un *MMORPG*, pues se debe escalar las habilidades más rápido que el enemigo, para tomar ventaja en la batalla, coincidiendo con Nuangjumnonga(2012) en la importancia del oro obtenido para plantear una mejor estrategia que la del enemigo.

3. METODOLOGÍA

Para la elaboración de este trabajo complejo, se establecerá una metodología cuanti-cualitativa, que comprende la aplicación de análisis de observación (etnografía virtual), a partir de la generación de una tabla de variables se analizará al canal de la comunidad League Of Legends Lan Ecuador, los contenidos que se publican y los niveles de interacción entre los miembros de la comunidad.

También se realizarán entrevistas a especialistas en diferentes ramas del conocimiento para caracterizar los perfiles de los jugadores desde una perspectiva multidisciplinaria que permita abordar de mejor manera el tema de investigación.

Es necesario entender el contexto en el que se desarrolla la investigación, por lo que se aplicarán encuestas en la comunidad de League Of Legends Ecuador, para examinar la realidad de la población que consume este videojuego, donde podremos medir cuantitativamente sus respuestas mediante la identificación de los usuarios más activos, obteniendo una valoración real de su experiencia.

Las técnicas empleadas para la recolección de información en esta investigación son las siguientes:

- Revisión bibliográfica
- Etnografía Virtual
- Entrevistas
- Encuestas

4. RESULTADOS

A través de la elaboración de entrevistas a diferentes profesionales en diversas ramas convergentes para la investigación (Psicólogo, docente, especialista en tecnología, jugador semiprofesional y streamer) se estableció una caracterización del perfil de los jugadores en diferentes aspectos lo que permitió la realización de la siguiente matriz:

Tabla 1. Conceptualización multidisciplinaria de variables

| TEMA | IDEA |
|--------------|---|
| Cultural | <ul style="list-style-type: none">- Las personas buscan diferentes maneras de ocupar su tiempo y mente debido a diferentes razones.- Conocimiento compartido entre los miembros de la comunidad.- Las nuevas tecnologías han afectado el comportamiento de las nuevas generaciones.- Jóvenes interactivos en un contexto digital que generan contenidos que alimentan su comunidad. |
| Comunicación | <ul style="list-style-type: none">- Muy poco uso de páginas oficiales, por lo que se informan mediante videos en canales de Youtube o durante los streams- La interacción en la comunidad de League of Legends es buena en un 90%, porque existen personas <i>tóxicas</i> que contaminan el juego de los demás.- Personas dedicadas a videojuegos pueden tener problemas para relacionarse en la vida cotidiana, sin embargo en su mundo digital son totalmente opuestos. |
| Social | <ul style="list-style-type: none">- Pueden reforzar los atributos positivos o negativos de la personalidad en dependencia del orden de prioridad que le den.- Planificar esta actividad puede convertirse en una fuente de ingresos con el que se pueda vivir.- Llevar los procesos online a un contexto real (offline) implica una evolución en base a las necesidades sociales. |
| Tecnológico | <ul style="list-style-type: none">- Estudios sobre las nuevas tecnologías y videojuegos han encontrado los conceptos de Gamificación y Juegos serios, que contribuyen al proceso educativo de los estudiantes.- Adaptación de nuevas metodologías en el proceso de enseñanza como la Gamificación.- Los adecuados recursos ergonómicos permiten mejorar el rendimiento físico de estas actividades. |

La división de los aspectos tomados en cuenta en la tabla anterior, fueron basados en los criterios que destacaron según la revisión bibliográfica

Para la elaboración de la presente tabla se estableció un periodo de observación del 3 de mayo hasta el 3 de junio del 2018, interpretando la información en base a los conceptos de las variables de Alberto Alcocer.

Tabla 2. Resultados de reacciones en redes sociales

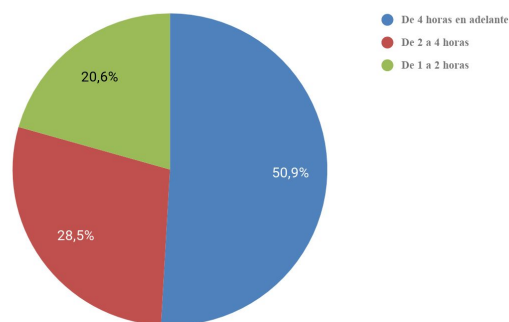
| TIPOS DE POST | ABREV | ME GUSTA | ME ENCANTA | ME DIVIERTE | ME ASOMBRA | ME ENTRISTECE | ME ENOJA |
|-----------------------|-------|----------|------------|-------------|------------|---------------|----------|
| Interacción directa | ID | 66 | 6 | 34 | 1 | 4 | 5 |
| Branded Content | BC | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Juegos en Facebook | JF | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Contenido promocional | P | 25 | 4 | 1 | 2 | 0 | 0 |
| Contenido informativo | INF | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Contenido multimedia | MUL | 12 | 0 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| TOTAL | | 111 | 12 | 36 | 4 | 5 | 8 |

La recolección de datos cuantitativos obtenidos por la encuesta realizada a un aproximado de 150 usuarios considerados los más activos, se permitió corroborar la información ya recolectada desde una perspectiva contextual de las personas de la comunidad, arrojando los siguientes resultados:

Tabla 3. Tiempo invertido en el juego

¿Cuántas horas juegas League of Legends en el día?

| | |
|--------------------------|------------|
| De 4 horas en adelante | 84 |
| De 2 a 4 horas | 47 |
| De 1 a 2 horas | 34 |
| TOTAL ENCUESTADOS | 165 |



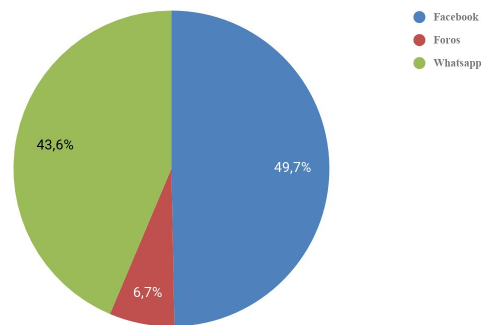
De un total de 165 miembros de la comunidad en facebook de Lol Lan Ecuador que respondieron esta pregunta, el 50.9% juegan más de 4 horas, un 28.5% dedican de 2 a 4 horas y un 20.6% de 1 a 2 horas durante el día.

Basado en las respuestas recolectadas podemos medir el apego que tienen los miembros de la comunidad hacia el juego League of Legends llegando a dedicar gran parte de su día a estar conectados en este medio.

Tabla 4. Medios de comunicación de la comunidad

¿A través de qué medios te comunicas con tus amigos o miembros de la comunidad para compartir cualquier información sobre el juego?

| | |
|--------------------------|------------|
| Facebook | 82 |
| Foros | 11 |
| Whatsapp | 72 |
| Otros | 0 |
| TOTAL ENCUESTADOS | 165 |



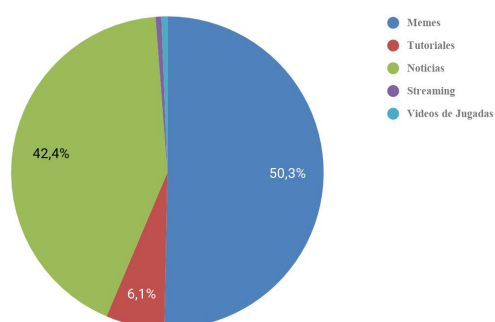
De un total de 165 miembros de la comunidad en facebook de Lol Lan Ecuador que respondieron esta pregunta, el 49.7% emplean Facebook como medio digital de comunicación, un 43.6% usan Whatsapp y un 6.7% revisan foros para informarse y estar en contacto con la comunidad de League of Legends.

Podemos afirmar entonces que el medio digital de comunicación más empleado por la comunidad de Lol Lan Ecuador es el facebook, mientras que los foros son los menos empleados.

Tabla 4. Preferencia de contenidos en la comunidad

¿Qué clase de contenidos prefieres en la comunidad de LoL Lan Ecuador?

| | |
|--------------------------|------------|
| Memes | 83 |
| Tutoriales | 10 |
| Noticias | 70 |
| Streaming | 1 |
| Videos de Jugadas | 1 |
| TOTAL ENCUESTADOS | 165 |



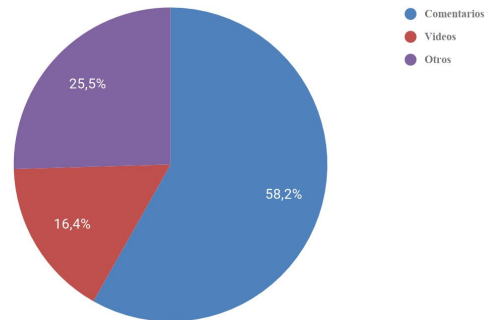
De un total de 165 miembros de la comunidad en facebook de Lol Lan Ecuador que respondieron esta pregunta, el 50.3% prefiere ver memes dentro de su contenido en la comunidad, el 42.4% publicaciones sobre noticias, el 6.1% prefiere ver tutoriales sobre el juego y el 0.6% videos de jugadas junto al otro 0.6% prefiere ver los streaming de los miembros de la página.

Los contenidos de entretenimiento como los memes fueron de gran aceptación por la comunidad de Lol Lan Ecuador, sin embargo casi están a la par con las publicaciones de noticias en su alta demanda, que contrario a los streaming de partidas y videos de jugadas no son muy solicitados por los miembros.

Tabla 5. Contenido generado por los miembros de la comunidad

¿Qué contenido has generado dentro de la comunidad de LoL Lan Ecuador?

| | |
|--------------------------|------------|
| Comentarios | 96 |
| Videos | 27 |
| Memes | 0 |
| Otros | 42 |
| TOTAL ENCUESTADOS | 165 |



De un total de 165 miembros de la comunidad en facebook de Lol Lan Ecuador que respondieron esta pregunta, el 58.2% ha generado comentarios, un 25.5% genera otro tipo de contenidos como stream, publicidad de sus equipos, publicidad de torneos a realizarse; mientras el 16.4% restante crea contenidos en videos.

Los comentarios creados por los usuarios de la comunidad de Lol Lan Ecuador han sido los contenidos de mayor generación en comparación a los videos y a otros contenidos como streaming, publicidades y demás recursos.

Debido al universo constantemente en crecimiento y la introducción de los conceptos de League of Legends en gran parte del imaginario de la población joven en Ecuador, es necesario presentar los resultados de esta investigación en un soporte impreso que puede utilizarse como referente para la elaboración de futuras investigaciones.

Para Boada(2011), la importancia de esta estrategia se basa en la relación directa que se tiene con el consumidor, el mensaje llega de manera eficiente al no pasar por ningún intermediario, llegando a crear una empatía con el público para asegurar la comprensión de la información.

Por eso se propone la diagramación del soporte impreso basada en las revistas especializadas sobre el tema: EDGE a nivel internacional y OhWellGame a nivel local, de las cuales se ha establecido los parámetros más adecuados para la presentación de la investigación, utilizando un lenguaje sencillo de interpretar para la localidad. (Ver Anexo 3)

CONCLUSIONES

- Se evidenció el sustancial apego a las tecnologías, creando un mundo virtual en donde las nuevas generaciones se expresan e interactúan en gran parte, esto genera un desapego de la realidad por lo puede acarrear actitudes tóxicas y nocivas que pueden perjudicar a la sociedad.
- Se constató que la temática de juegos puede ser una oportunidad de monetizar, porque al convertirse en un profesional o llegar a ser un líder de opinión que mueva las masas lo pondrá en contacto con marcas que quieran alcanzar sus públicos.
- Los principales procesos informativos son llevados a cabo por líderes de opinión de una comunidad quienes evangelizan la información de la página oficial de una forma más sencilla de comprender.
- En la actualidad se están transformando los conceptos de nuevas tecnologías, pues las necesidades comunicacionales de una sociedad que se mueve rápidamente han hecho destacar este contexto que en la actualidad son reconocidos como labores que implican un gran esfuerzo.

RECOMENDACIONES

- Es recomendable que los administradores o líderes de opinión de las comunidades mantengan políticas de prohibición de contenidos nocivos.
- Se debe generar desde el área de la comunicación, campañas de advertencia centradas en que el uso prolongado de estos juegos puede producir un apego que afecte la percepción de la realidad.
- Se recomienda utilizar a los líderes de opinión dentro del área de la comunicación en investigaciones que permitan concluir en conocimientos que aporten a la sociedad, también para interactuar en la visibilización de una marca o reforzar los procesos educomunicacionales.
- Las comunidades de este juego deben generar actividades que estimulen las relaciones personales sin perder la esencia de su concepto como juego.
- Se requiere que se generen más espacios de interacción, no solo en lo virtual sino en lo personal, por lo que se recomienda la creación de actividades que permitan reforzar los conceptos de comunidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso-Geta, P. M. (2008). Protección de la infancia y nuevas tecnologías de la comunicación: el código PEGI de regulación de los videojuegos y juegos on-line. *Teoría de La Educación. Educación Y Cultura En La Sociedad de La Información*, 9(3). Retrieved from <http://www.redalyc.org/html/2010/201017343003/>
- Ávila, J., & Acosta, C. (2016). Epistemología del pensamiento visual contemporáneo desde el imaginario transdisciplinario. *Anagramas - Rumbos Y Sentidos de La Comunicación*, 14(28), 167–204.
- Bertran, E., & Chamarro, A. (2016). Videojugadores del League of Legends: El papel de la pasión en el uso abusivo y en el rendimiento. *Adicciones*, 28(1), 28–34.
- Carrero, J. S., & Pulido, P. C. (2012). DE CARA AL PROSUMIDOR: Producción y consumo empoderando a la ciudadanía 3.0. *Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 10(3), 62–84.
- Charsky, D. (2010). From Edutainment to Serious Games: A Change in the Use of Game Characteristics. *Games and Culture*, 5(2), 177–198.
- Costa Sánchez, C., & Piñeiro Otero, T. (2012). Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE). *Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 10(2), 102–125.
- Crisóstomo, R. (2016). “Fannibals” ministéricos: el poder del “Fandom.” *index.comunicación*, 6(2), 101–114.
- Del-Moral-Pérez, M. E., & Guzmán-Duque, A. P. (2017). Perfil de jugador virtual asociado a la motivación personal para jugar en CityVille. *Revista de Educación a Distancia (RED)*, (54). <https://doi.org/10.6018/red/54/3>
- Games, R. (2016). ¿Qué es League of Legends? Retrieved June 6, 2018, from <https://euw.leagueoflegends.com/es/game-info/get-started/what-is-lol/>
- Hernández Ruiz, J. (2017). Diseñando una recepción participativa para universos transmedia: roles y

- desafíos. *Tropelías: Revista de Teoría de La Literatura Y Literatura Comparada*, (28), 21.
- Herrero Diz, P., Lozano Delmar, J., Del Toro, A., & Sánchez Martín, M. (2017). Estudio de las competencias digitales en el espectador fan español. *Palabra Clave*, 20(4), 947.
- Hussain, Z., Williams, G. A., & Griffiths, M. D. (2015). An exploratory study of the association between online gaming addiction and enjoyment motivations for playing massively multiplayer online role-playing games. *Computers in Human Behavior*, 50, 221–230.
- INEC. (2018). Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S) 2016. Retrieved June 5, 2018, from http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf
- Kahn, A. S., Shen, C., Lu, L., Ratan, R. A., Coary, S., Hou, J., ... Williams, D. (2015). The Trojan Player Typology: A cross-genre, cross-cultural, behaviorally validated scale of video game play motivations. *Computers in Human Behavior*, 49, 354–361.
- Nuangjumnonga, T., & Mitomo, H. (2012). Leadership development through online gaming. In *XIX Conferencia Bienal ITS, Bangkok 2012*. Bangkok: ITS. Retrieved from <https://www.econstor.eu/handle/10419/72527>
- Rose, F. (2011). *The Art of Immersion: How the Digital Generation Is Remaking Hollywood, Madison Avenue, and the Way We Tell Stories*. W. W. Norton & Company.
- Scolari, C. A. (2013). Homo Videoludens 2.0: de Pacman a la gamificación. Retrieved from <https://repositori.upf.edu/handle/10230/26009>
- Scolari, C. A., & Establés, M.-J. (2017). El ministerio transmedia: expansiones narrativas y culturas participativas. *Palabra Clave*, 20(4), 1041.
- Sola Morales, S. (2015). Imaginarios sociales, procesos de identificación y comunicación mediática. *Revista PRISMA.COM*, 0(25). Retrieved from <http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/view/3044>

ANEXOS

ANEXO 1. CUESTIONARIOS DE ENTREVISTAS

GERARDO PEÑA (Psicólogo)

Objetivo: Describir las actitudes psicológicas de un consumidor de videojuegos y determinar los cambios del contexto frente a este fenómeno. (Motivación, cambio de imaginario colectivo, estado emocional e interacción)

- 1. ¿Cuál piensa usted son los motivos por los que una persona dedica tantas horas a un videojuego?**
- 2. Antes, pasar muchas horas en un videojuego era considerado un vicio, y en la actualidad son considerados en un nivel profesional ¿cree usted que las personas han cambiado su mentalidad por presión de la tecnología y sus necesidades?**
- 3. ¿Cuál podría ser el estado emocional de una persona activa en estos juegos?**
- 4. Desde su perspectiva ¿Cómo es la interacción a nivel interpersonal de los jóvenes que emplean su tiempo libre a estas actividades?**
- 5. ¿Piensa usted que la interacción digital entre los miembros desde puntos diversos del mundo en un videojuego online podría reemplazar la personal?**

JORGE MAZA (Educador)

Objetivo: Establecer los lineamientos pedagógicos que se están realizando y cómo utilizan las nuevas tecnologías frente a la nueva generación de estudiantes hiperinformados

1. Hoy en día con las herramientas tecnológicas al alcance de todas las personas, los estudiantes se encuentran en un contexto de hiperinformación ¿Cómo podría un educador contrastar la información y conducir al estudiante por el sendero correcto del conocimiento?

2. ¿Piensa usted que si se lleva una estrategia adaptada a las nuevas tecnologías se podría explotar la capacidad de esta nueva generación de estudiantes?

3. La llegada de los videojuegos ha despertado diferentes habilidades y actitudes de los estudiantes ¿Cómo cree usted que afecta esta realidad en el desarrollo del aprendizaje de los alumnos?

4. En la actualidad los videojuegos han sido llevados a un nivel profesional, por lo que en ciertas universidades se manejan proyectos pilotos de becas para jóvenes que logren destacar en este mundo ¿Piensa usted que se debería reforzar esta actividad dentro de un programa pedagógico en nuestro contexto?

5. Desde su perspectiva ¿Cómo es la interacción a nivel interpersonal de los jóvenes que emplean su tiempo libre a estas actividades?

CARLOS QUEZADA (Especialista en informática y tecnología)

Objetivos: Determinar la funcionalidad que se obtiene a través de la tecnología y cómo esta ha influido en el desarrollo cotidiano de los jóvenes.

- 1. Desde los procesos administrativos hasta los procesos comunicacionales la tecnología ha mejorado los resultados en muchos aspectos ¿Cree usted que priorizando los recursos tecnológicos se puede mejorar la calidad de un servicio o producto?**
- 2. ¿Cuál es su opinión en base a la realidad tecnológica que se disponen en los diversos centros educativos?**
- 3. El libre acceso a la información ha permitido a los jóvenes construir diferentes comunidades virtuales en donde expresan diferentes temáticas ¿Piensa usted que si se aplican metodologías similares se puede alcanzar un desarrollo adecuado de los estudiantes?**
- 4. Un joven puede dedicar mucho de su tiempo libre a los videojuegos ¿Qué piensa usted que lo motive a invertir largas jornadas en esta actividad?**
- 5. ¿Cuál piensa son los aspectos más importantes que deben cumplir estos videojuegos para captar la atención de las personas?**
- 6. ¿Piensa usted que la narrativa (historias) que se utiliza dentro de los videojuegos son parte importante para la aceptación de los mismos?**
- 7. ¿Cree usted que si se toma como referencia estos videojuegos se puedan emplear estrategias similares dentro de un contexto local para solucionar alguna problemática? ¿Cuál?**

HAMID PINTO (Jugador semiprofesional - Streamer)

Objetivo: Contextualizar los conceptos personales que motivan a una persona de esta comunidad digital a dedicarse a esta actividad.

- 1. ¿Desde qué edad usted empezó a jugar?**
- 2. ¿Qué lo motivó a dedicarse a los videojuegos en un nivel semiprofesional o profesional?**
- 3. ¿En algún momento esta actividad le dificultó realizar alguna actividad de su vida personal?**
- 4. ¿Ha tenido alguna molestia física por dedicarse a esta actividad?**
- 5. ¿Qué beneficio le ha traído dedicarse a ser un jugador profesional o semiprofesional de videojuegos?**
- 6. ¿Cuántas horas en el día le dedica a League of Legends?**
- 7. Cuando League of Legends está a punto de lanzar un nuevo campeón o una nueva forma de juego competitivo ¿Usted visita la web oficial del juego o las redes sociales de la comunidad de jugadores para informarse de lo que será? ¿Por qué?**
- 8. ¿A qué comunidades virtuales de League of Legends pertenece? (Redes sociales, websites, foros u otros)**
- 9. ¿Cuánto tiempo usted dedica a leer o crear contenidos en las comunidades virtuales de League of Legends?**
- 10. ¿Cómo es la interacción entre los usuarios de estas comunidades virtuales**
- 11. ¿Existe alguna competición profesional de League of Legends? ¿Cuál?**

ANEXO 2. CUESTIONARIOS DE ENCUESTAS

1. ¿Cuántas horas juegas en el día?

1 a 2 2 a 4 4 en adelante

2. ¿A través de qué medios te comunicas con tus amigos o miembros de la comunidad para compartir cualquier información sobre el juego?

Facebook Whatsapp Foros

Otros ¿Cuáles?

3. ¿Qué clase de contenidos prefieres en la comunidad de LoL Lan Ecuador? (Máximo 2 opciones)

Tutoriales Memes Noticias Streaming Videos/jugadas

4. ¿Qué contenido has generado dentro de la comunidad de LoL Lan Ecuador?

Comentarios Videos Memes Otros

¿Cuáles?

ANEXO 3. PRODUCTO EDITORIAL

¿ALGUNA VEZ HAS PENSASTE QUE **LEAGUE OF LEGENDS** TUVIERA TANTA INFLUENCIA EN ECUADOR?

Hoy en día es normal estar cerca de la tecnología, incluso tener algún pariente que invierta su tiempo en actividades de entretenimiento en el mundo virtual del internet y los videojuegos, pero gran parte desconoce su historia, sus primeros pasos fueron cerca de los años 40 cuando en América se creaba un simulador de vuelo con el fin de entrenar a sus pilotos, varios años después en 1962 los computadores habían evolucionado, redujeron su tamaño y costo radicalmente.

El uso de las nuevas tecnologías en nuestro país se puede evidenciar en las investigaciones realizadas por el INEC (2018) en donde existe un incremento considerable en el uso de tecnologías de la información en un periodo de 3 años (2013 al 2016).

El apego que tienen los miembros de la comunidad es elevado hacia el juego League of Legends llegando a dedicar gran parte de su día a estar conectados en este medio, en una encuesta realizada a una comunidad de Facebook cerca del 44% de las personas dedican más de 4 horas a jugar.

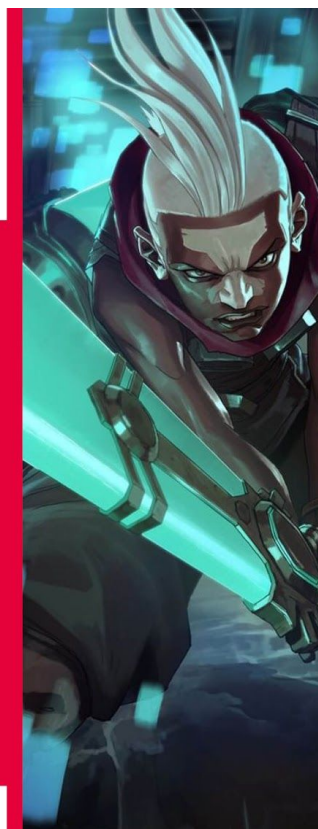
Un detalle importante es el uso de los medios de comunicación digitales que estas comunidades utilizan para mantenerse en sincronía con sus contactos y pendientes de las actualizaciones del juego.

El medio digital de comunicación más empleado por la comunidad de Lol Lan Ecuador es el facebook, mientras que los foros son los menos empleados.

Los contenidos de entretenimiento como los memes fueron los más solicitados por la comunidad de Lol Lan Ecuador, sin embargo casi están a la par con las publicaciones de noticias por su alta demanda, que contrario a los streaming de partidas y videos de jugadas no son muy solicitados por los miembros.

Los comentarios creados por los usuarios de la comunidad de Lol Lan Ecuador han sido los contenidos de mayor generación en comparación a los videos y a otros contenidos como streaming, publicidades y demás recursos.

Existe un apego a las tecnologías, creando un mundo virtual en donde las nuevas generaciones se expresan e interactúan en gran parte, generando un desapego de la realidad que puede acarrear actitudes tóxicas y nocivas que perjudiquen a la sociedad.



Se recomienda utilizar a los líderes de opinión dentro del área de la comunicación en investigaciones que permitan concluir en conocimientos que aporten a la sociedad, también para interactuar en la visibilización de una marca o reforzar los procesos educacionales.

Es recomendable que los administradores o líderes de opinión de las comunidades mantengan políticas de prohibición de contenidos nocivos.

Se debe generar desde el área de la comunicación, campañas de advertencia centradas en que el uso prolongado de estos juegos puede producir un apego que afecte la percepción de la realidad.

Las comunidades de este juego deben generar actividades que estimulen las relaciones personales sin perder la esencia de su concepto como juego.

Se requiere que se generen más espacios de interacción, no solo en lo virtual sino en lo personal, por lo que se recomienda la creación de actividades que permitan reforzar los conceptos de comunidad.

La temática de juegos puede ser una oportunidad lucrativa, porque al convertirse en un profesional o llegar a ser streamer que mueva colectivos de personas lo pondrá en contacto con marcas que quieran alcanzar esos públicos. Es por eso que los principales procesos informativos son llevados a cabo por estos líderes de comunidades quienes evangelizan la información de la página oficial de una forma más sencilla de comprender.

