



La industria de los video juegos y/o gaming como parte de la cuarta revolución industrial y como un modelo de apoyo económico para la ciudad de Medellín

Samir Cardona Ocampo

Universidad Católica Luis Amigó

Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño

Trabajo de grado

Docente: Natalia Marcela Ocampo Henao

Mayo de 2020

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	3
ABSTRAC	5
PALABRAS CLAVES	6
1. INTRODUCCIÓN	7
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	7
2.1 Pregunta de investigación	8
3. OBJETIVOS	8
3.1 Objetivo general	8
3.2 Objetivos Específicos	9
4. JUSTIFICACIÓN	9
5. MARCO REFERENCIAL	11
5.1 Marco Contextual	11
5.2 Marco Teórico	14
6. DISEÑO METODOLÓGICO	19
6.1. Tipo de investigación según el alcance	20
6.2. Tipo de investigación según el enfoque	20
6.3. Paradigma	20
6.4. Línea de investigación	20
6.5. Tipo de investigación	21
6.5.1. Población y muestra	21
6.5.2. Instrumentos y técnicas de recolección de datos	22
7. RESULTADOS	22
8. CONCLUSIONES	37
9. RECOMENDACIONES	38
10. REFERENCIAS	38

RESUMEN

En 1995 comenzaron a llegar las consolas de Nintendo que eran más accesibles para personas con pocos recursos en ese tiempo, jugar era más un momento de ocio ya que no existían los torneos o juegos online en Colombia. Surgieron negocios donde alquilabas una consola y jugabas con tus amigos, pero aún era más una actividad de esparcimiento que un inicio de una nueva economía, en 2010 se dieron los primeros torneos donde personas de otros lugares de Colombia viajaron para participar dando pie a la creciente comunidad gamer y nueva economía de los videojuegos que hoy en día no es reconocida como economía por la comunidad.

Este fenómeno ha creado varios mitos que hacen que los padres eviten que sus hijos descubran posibles habilidades y talentos en los videojuegos. Desde que los videojuegos aparecieron, cada generación adolescente en su época respectiva se introdujo en el mundo de entretenimiento digital, llevando a la comercialización de diferentes consolas y películas de videojuegos. Por lo tanto, esto da posibilidad a múltiples oportunidades en la ciudad de Medellín en lo que se refiere al desarrollo de nuevas tecnologías, como lo es el mundo de los videojuegos. Los videojuegos se convierten en una opción para incluir dentro de otras áreas con el fin crear interactividad y crear un rostro más empático en cuanto a los temas robustos y difíciles de digerir para algún público.

La industria de los videojuegos ha alcanzado un crecimiento importante. El mundo gamer y las consolas de videojuegos también hacen parte del proceso de cambio global que estamos atravesando continuamente ya que «Mediante el videojuego los niños adquieren capacidades y desarrollan habilidades diversas, las más importantes de las cuáles son la familiarización con las nuevas tecnologías». En la rama de la informática están las empresas dedicadas a crear los videojuegos y las empresas que se dedican a crear consolas para dichos juegos, en cambio en la rama de creadores de contenidos se encuentran los gamers y creciente comunidad que, como nos indica, generan contenido desde streamers, unboxing, gameplays, eventos, torneos, cosplays y finalmente los equipos dedicados a la competencia en los títulos populares.

En Medellín, la creciente comunidad gamer se centra en su mayoría en la segunda rama, ya que generar contenido a partir de videojuegos resulta más sencillo que enfocarse desde la rama de la informática, por esta razón el fenómeno que se expone aquí posee una estrecha relación con los 5 tipos de gamer que explica Guarnizo, las habilidades que estos desarrollan dependen netamente del tiempo que le dedican a dicha actividad. Se evidencia que en cuanto a querer generar un cambio en esta mentalidad, teniendo en cuenta la presión que ejerce el constante cambio tecnológico de la nueva era, este apoyo que la ciudad les brinda a los apasionados por las consolas, se encuentra en la llamada Economía Naranja que se desarrolla en la ciudad, impulsando a que estas ideas puedan convertirse en bienes y servicios culturales, incluyendo el área audiovisual y de los videojuegos.

ABSTRAC

In 1995, Nintendo consoles began to arrive that were more accessible to people with few resources at that time, playing was more a moment of leisure since there were no tournaments or online games in Colombia. Businesses arose where you rented a console and played with your friends, but it was still more of a leisure activity than the beginning of a new economy, in 2010 the first tournaments where people from other parts of Colombia traveled to participate giving rise to the growing gamer community and the new video game economy that today is not recognized as an economy by the community.

This phenomenon has created several myths that make parents prevent their children from discovering possible skills and talents in video games. Ever since video games appeared, each adolescent generation in their respective era entered the world of digital entertainment, leading to the commercialization of different video game consoles and movies. Therefore, this gives possibility to multiple opportunities in the city of Medellín regarding the development of new technologies, such as the world of video games. Video games become an option to be included within other areas in order to create interactivity and create a more empathetic face in terms of robust and difficult-to-digest topics for an audience.

The video game industry has achieved significant growth. The gamer world and video game consoles are also part of the global change process that we are continually going through since "Through video games, children acquire capacities and develop diverse abilities, the most important of which are familiarization with new technologies." In the branch of

computing there are companies dedicated to creating video games and companies that are dedicated to creating consoles for such games, while in the branch of content creators are gamers and a growing community that, as indicated, generate content from streamers, unboxing, gameplays, events, tournaments, cosplays and finally the teams dedicated to competition in popular titles.

In Medellín, the growing gamer community focuses mostly on the second branch, since generating content from video games is easier than focusing from the computer branch, for this reason the phenomenon that is exposed here has a close relationship With the 5 types of gamer that Guarnizo explains, the skills they develop depend clearly on the time they dedicate to said activity. It is evident that in terms of wanting to generate a change in this mentality, taking into account the pressure exerted by the constant technological change of the new era, this support that the city offers to those who are passionate about consoles, is found in the so-called Economy Orange that takes place in the city, promoting these ideas to become cultural goods and services, including the audiovisual area and video games.

PALABRAS CLAVES

Gamer

Videojuegos

Consola

Cuarta revolución industrial

Economía naranja

tecnologías

1. INTRODUCCIÓN

En esta tesis se investigó una economía bastante fuerte pero muy desconocida en Medellín que, aunque, en otros países se ha ido desarrollando de una manera más efectiva, en la ciudad no se desarrolla de la misma forma por cuestiones tradicionales.

Con esto se busca acoplar y evitar todo tipo de tabúes frente a esta economía la cual en diferentes países genera más ingresos incluso que el cine y que a su vez es una iniciativa para investigar más a fondo la industria gamer y aplicarlas en diferentes ámbitos como lo estipula la cuarta revolución industrial, la cual se explica a profundidad en esta investigación.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

En 1995 comenzaron a llegar las consolas de Nintendo que eran más accesibles para personas con pocos recursos en ese tiempo, jugar era más un momento de ocio ya que no existían los torneos o juegos online en Colombia. Surgieron negocios donde alquilabas una consola y jugabas con tus amigos, pero aún era más una actividad de esparcimiento que un inicio de una nueva economía, en 2010 se dieron los primeros torneos donde personas de otros lugares de Colombia viajaron para participar dando pie a la creciente comunidad gamer y nueva economía de los videojuegos que hoy en día no es reconocida como economía por la

comunidad. Este fenómeno ha creado varios mitos que hacen que los padres eviten que sus hijos descubran posibles habilidades y talentos en los videojuegos.

La industria de los videojuegos en Medellín se ha visto más como ocio que como una actividad económica potencial para el desarrollo de la economía local, por ello en este proyecto se busca evidenciar la raíz de este fenómeno con el fin de potenciar la industria para los integrantes (comunidad gamer) y nuevos jóvenes que buscan una estabilidad económica a partir de nuevos métodos de ingreso en el país.

2.1 Pregunta de investigación

¿Se evidencia la inclusión de la industria de los video juegos y/o gaming en el desarrollo económico dentro de la ciudad de Medellín?

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo general

Analizar la industria de los video juegos y/o gaming como parte de la cuarta revolución industrial y como un modelo de apoyo económico para la ciudad de Medellín.

3.2 Objetivos Específicos

Describir que es la industria gaming y su relación con la economía en la cuarta revolución industrial.

Evidenciar el papel del gaming en el ámbito económico de la ciudad de Medellín en la cuarta revolución industrial.

Analizar cómo los videojuegos aportan a la economía de Medellín desde la estructuración de la cuarta revolución industrial.

4. JUSTIFICACIÓN

Desde que los videojuegos aparecieron, cada generación adolescente en su época respectiva se introdujo en el mundo de entretenimiento digital, llevando a la comercialización de diferentes consolas y películas de videojuegos. Anteriormente, en estas épocas, primaba la implementación de la comunicación en masa tradicional, ésta, según (Castells,2009), está basada en la comunicación de uno a muchos y cuenta con poca interactividad.

En épocas actuales hay una transformación esencial del ese espacio de la comunicación que, junto a la transformación organizativa (y con esto nos referimos a un cambio en la estructura de poder), hacen parte de la evolución tecnológica. Pasamos de los medios verticales

tradicionales de comunicación de masas a las redes horizontales de la comunicación. Esta comunicación de nuevo tipo es aquella que está basada en la comunicación de muchos a muchos de forma interactiva y en relación con textos de información múltiples. Por esta razón los videojuegos toman parte de esta nueva era de información, interacción y, como también lo dice (Castells,2009), autocomunicación de masas, creando así redes donde se aprecian comunidades que constantemente producen contenido para ellas mismas. Por consiguiente, estos pasan de ser solo algo dentro una consola a adentrarse en un universo con un abanico de posibilidades unido a esta cuarta revolución industrial en la que mundialmente cursamos y haciendo parte de este cambio donde los medios son, según (Castells,2009), un espacio donde se juega al poder. Esto lo hacen por medio de plataformas como, por ejemplo, redes sociales especializadas en este tipo de público que forman comunidades las cuales crean contenido de interés para ellas mismas.

Es por esto que se ha llegado a pensar en la importancia que puede tener este sector en cuanto a formar parte del desarrollo económico en la ciudad de Medellín frente a esta revolución y alcanzar un nivel de inclusión en el campo laboral. Para esta investigación es primordial la recolección de pruebas que evidencien un avance en cuanto al campo de la industria de los video juegos y/o gaming como, por ejemplo, modelos de desarrollo económico especializados para incentivar el crecimiento de las comunidades gamer.

Esta investigación brindará evidencias y dará una vista amplia de la situación en la que se encuentra este gremio en la ciudad de Medellín para dar bases a una posible búsqueda e

introducción de alternativas de empleo que aporte al desarrollo económico y tecnológico de la ciudad.

5. MARCO REFERENCIAL

5.1 Marco Contextual

Desde la llegada de los videojuegos a la ciudad de Medellín, cada una de las generaciones afectadas positivamente por este fenómeno y que han incluido a su infancia las diferentes experiencias con historias y personajes que las consolas les brindan, han ayudado al crecimiento y han hecho posible la construcción de diferentes espacios para que los futuros fanáticos al mundo *gamer* puedan interactuar y compartir todo tipo de contenido de interés para su entretenimiento.

La nostalgia en los jugadores de la mediana edad por lo que eran los juegos de los años 80 y 90, es la misma que pasan a los que escuchan rock de los años '70. No es que cualquier tiempo pasado fue mejor, sino que la época en que empezaron era el nacimiento de aquel producto, antes de que se volviera popular, y todavía cubría un espacio alternativo, no mainstream, que también se transforma en nostalgia. (Suominen, 2012).

Sin embargo, anteriormente la cultura en la ciudad era más reacia y tradicionalista con todo lo que a videojuegos se refería, incluso todavía en plena cuarta revolución industrial existen ciertos estigmas culturales que retienen de alguna forma el desarrollo y afectando la

posibilidad de ampliación en el ámbito laboral y económico. “cualquier posicionamiento a favor o en contra del posible carácter adictivo de los videojuegos constituye más una declaración de principios que un reflejo objetivo de los hallazgos”. (Tejeiro, 2001)

Si hablamos de prejuicios, sin duda, el medio audiovisual que genera más controversia social, incluso entre muchos responsables de difundir el conocimiento, son los videojuegos. Contrariamente, y de manera paradójica, los videojuegos son la plataforma virtual que nos brinda, de forma inmediata, el acceso a las nuevas tecnologías que controlan la información y la comunicación. Como instrumento de consumo masivo en las familias, los videojuegos son la puerta de entrada al mundo digital para la mayoría de nuestros niños y de nuestras niñas, facilitando, de alguna manera, la democratización de la cultura digital a todos los niveles. (Cuello, 2006)

De manera que, teniendo en cuenta lo citado anteriormente, se podría expresar que en épocas actuales es importante hacer uso de implementos, conocimientos y tecnologías que ésta nueva era trae consigo, que además sirven como fuertes herramientas para innovar en cuanto a sus usos tanto para el sano entretenimiento, para la pedagogía y otras áreas importantes. Castells en su trabajo *La era de la información. Economía, sociedad y cultura* comenta “Una revolución tecnológica, centrada en torno a las tecnologías de la información, está modificando la base material de la sociedad a un ritmo acelerado” (Castells, 1996). Esto quiere decir que el desarrollo constante de la tecnología hoy en día está transformando la forma de pensar de los ciudadanos, formas de laborar, formas de interactuar con nosotros mismos y la sociedad, incluso los mismos estilos de vida tradicionales que se conocían han dado un vuelco en cuanto estructuras y costumbres. “los tecnooptimistas afirman que la tecnología y la innovación se encuentran en un punto de inflexión y que pronto desatarán un

aumento de la productividad y un mayor crecimiento económico” (Schwab, 2016, pág. 30).

Se abren nuevas posibilidades gracias a la globalización que va ligada con el fenómeno de la información inmediata que tiene una capacidad de penetración en todos los ámbitos de la actividad humana. Por lo tanto, esto da posibilidad a múltiples oportunidades en la ciudad de Medellín en lo que se refiere al desarrollo de nuevas tecnologías, como lo es el mundo de los videojuegos.

Aunque el audiovisual nació como herramienta cultural y de ocio, como servicio final únicamente destinado al público, hoy sus derivaciones están resultando múltiples e invaden la práctica totalidad de las actividades humanas. El audiovisual hace tiempo que ha traspasado la barrera de la ficción, de la información y del ocio para convertirse (aplicaciones médicas, arquitectónicas, aeronáuticas, militares...) también en un input industrial, decisional, formativo, informacional, promocional, etc. (Universidad del País Vasco)

Los videojuegos se convierten en una opción para incluir dentro de otras áreas con el fin crear interactividad y crear un rostro más empático en cuanto a los temas robustos y difíciles de digerir para algún público.

La importancia de estas inversiones supera el valor monetario de las mismas, debido al efecto derrame que tienen sobre el resto de los sectores de la economía. Se puede mencionar a modo de ejemplo que sectores tales como el inmobiliario, el de entrenamiento militar, el de salud, el de entrenamiento corporativo han adoptado recursos de la industria del videojuego para el desarrollo de herramientas informáticas para sus propios sectores (Universidad de Palermo).

La industria de los videojuegos ha alcanzado un crecimiento importante. Según la revista Rolling Stone “Hoy en día los juegos de video mueven más plata que la industria de la música, la televisión y el cine”. (Rolling Stone, 2018) Esto quiere decir que la importancia de

esta industria mundialmente poco a poco está permitiendo que sea posible abrir el camino a los gamers de la ciudad para poder ser parte de este mercado y expandir la comunidad. El prestigioso sitio de análisis de mercados Newzoo afirmó “El mercado global de juegos generará \$ 152.1 mil millones en 2019 cuando Estados Unidos supere a China como el mercado más grande”. (Wijman, 2019) “El desafío al que se enfrenta la industria está más allá de los cambios que se esperaban ocurrieran cada 5 años ante la innovación tecnológica de las consolas. Según Riccitiello, nos encontramos en un mundo donde el cambio es constante” (Universidad de Palermo).

5.2 Marco Teórico

5.2.1. La industria gamer y su papel en la economía en la cuarta revolución industrial

A través del tiempo se han visto grandes cambios en la sociedad en cuanto a formas de pensamiento, economía, desarrollo y evolución de objetos o inventos, o como dice Klaus Schwab en su obra La cuarta revolución industrial “estamos en el umbral de un cambio sistémico radical que requiere que los seres humanos se adapten continuamente.” (Schwab, 2016) estos objetos junto con la tecnología fueron evolucionando, en ese entonces no se pensaba que pudieran tener múltiples usos o que pudieran ser lucrativas para algo mucho más trascendental como, por ejemplo, que logren aportar activamente a la economía para alcanzar algún tipo de avance que beneficie al país y a sus habitantes para seguir desarrollándose en todos los aspectos.

El mundo gamer y las consolas de videojuegos también hacen parte del proceso de cambio global que estamos atravesando continuamente ya que “Mediante el videojuego los niños

adquieren capacidades y desarrollan habilidades diversas, las más importantes de las cuáles son la familiarización con las nuevas tecnologías” (Simone Belli, 2008). Por tanto, se puede decir que, con el contacto de estas tecnologías que llegaron justo después de que el televisor fuera inventado y que además son utilizadas para el entretenimiento, los jóvenes y los niños de aquellas generaciones apenas sí estaban comenzando su vida tecnológica, es decir, estaban de alguna forma adaptándose para posteriores consolas y dispositivos que vendrían con las siguientes décadas y que harían parte de un período tan relevante.

En Colombia éste fenómeno comenzó iniciando entre los años 1985 y 1990 con la consola llamada Creative “una de las primeras consolas que llegaron al país en el año 1985.”

(Semana) Desde entonces es cuando los videojuegos y las consolas en general comienzan un largo camino de evolución y aceptación, no tanto por parte de los jóvenes que, dicho por investigadores, inmediatamente han sido enganchados por éste nuevo mundo, “A pesar de que los grupos de edad de las muestras estudiadas varían mucho en las diferentes investigaciones, son muchos los autores que coinciden en afirmar que son los adolescentes los sujetos más aficionados a los videojuegos.” (Rodríguez, 2002), sino también por parte de los adultos que se resistían y cuestionaban sus consecuencias y su forma de uso, aunque actualmente siga existiendo cierta resistencia. Al estar en contacto con dicha tecnología se comienza a demandar más calidad y más retos dentro de las películas e historias de los videojuegos que juegan y se va observando que éstos se introducen cada vez más en la colectividad, en cierta moda que hace que quieran pertenecer y reflejar su personalidad en aquellos juegos de su preferencia. “En un mundo de flujos globales de riqueza, poder e imágenes, la búsqueda de la identidad, colectiva o individual, atribuida o construida, se convierte en la fuente fundamental de significado social.” (Castells, 1996)

Años después de la llegada de este fenómeno al país, se ha encontrado que para la población colombiana el mundo de los videojuegos se habría, en ese entonces, tomado como una

actividad que podría llenar el tiempo muerto con algo de entretenimiento. Estaba entonces comenzando a surgir alrededor de este nicho cierta evolución de pensamiento en cuanto a lo que se podría llegar a hacer dentro de éste. “Aunque se suele asociar el mundo de los videojuegos con el ocio, ser un gamer en Colombia es mucho más exigente de lo que parece. Algunos empiezan, no sólo a jugar, sino a desarrollar sus propios juegos.” (Abril, s.f.) Se nota un crecimiento constante, interés del público por adquirir una nueva experiencia cada vez mejor en cuanto a jugabilidad e interacción. Comienza entonces a introducirse nuevas formas de interacción con la llegada del avance tecnológico de la tercera revolución industrial la cual “fue catalizada por el desarrollo de los semiconductores, la computación mediante servidores tipo «mainframe» (en los años sesenta), la informática personal (décadas de 1970 y 1980) e internet (década de 1990).” (Schwab, 2016) Esta puerta gigante que el internet abre para traer nuevas formas de relacionarnos con los demás y de crear conexiones que creíamos imposibles también abre la puerta principal a lo que vivimos hoy como cuarta revolución industrial. Aquí Los videojuegos forman parte de un sistema de comunicación que dio totalmente un giro de 360 grados a la forma en que las personas estaban acostumbradas a interactuar, citando a Manuel Castells en su obra “La era de la información”:

Un nuevo sistema de comunicación que cada vez habla más un lenguaje digital universal, está integrando globalmente la producción y distribución de palabras, sonidos e imágenes de nuestra cultura y acomodándolas a los gustos de las identidades y temperamentos de los individuos: Las redes informáticas interactivas crecen de modo exponencial, creando nuevas formas y canales de comunicación, y dando forma a la vida a la vez que ésta les da forma a ellas. (1996)

Según lo dicho por Castells y como se expresó anteriormente, el mundo gamer se introduce junto con el internet y las nuevas tecnologías modificando también la forma de vida de los usuarios que se adaptan constantemente a los cambios repentinos y fugaces que representan esta nueva era. Por consiguiente, en algunas investigaciones se prueba que esta interconexión polifacética, que se presenta consecutivamente, crea oportunidades para el mundo del

videojuego y su desarrollo en la economía, “Los tres fabricantes de consolas, Sony, Microsoft y Nintendo, comprendieron a tiempo que sus dispositivos tenían que converger con Internet y que la distribución digital se convertiría en un canal de ventas muy rentable.” (Trenta, 2014)

La industria cada vez se ve más influida por las tecnologías digitales, lo que la tercera revolución trajo consigo, la cuarta revolución la mejora a un nivel impensable. Los videojuegos van siendo cada vez más una parte importante para la sociedad y la economía ya que gracias a la llegada de tan cambiante tecnología los videojuegos se pueden disfrutar en múltiples plataformas, también se puede observar que algunas cifras de investigaciones prueban que el tema de los videojuegos en Latinoamérica no es tan ignorado como lo era anteriormente:

La industria de los videojuegos va camino de convertirse en uno de los principales motores de la economía y América Latina no se queda atrás en este mercado, con una tasa de crecimiento interanual de 13,9% en 2017, según datos de la firma de análisis de mercado Newzoo. (Nacional, 2018)

En Colombia también se ha notado un crecimiento importante en cuanto a desarrollo en el campo de los videojuegos y un cambio de actitud en cuanto a las diferentes áreas que se pueden abarcar con esta industria, “Países como Brasil, Colombia, Chile, México o Argentina son los principales motores de la introducción del sector en Latinoamérica.” (Suárez, 2016)

Por lo tanto, se abordará ahora mismo un tema que ha influido mucho en la integración de la industria de los videojuegos en la economía y que llega junto a esta generación joven la cual cobija esta cuarta revolución, con esto se hace referencia a la transmedialidad. Este término se refiere a “una multiplicidad de posibilidades mediales y no sólo el intercambio de dos formas mediales distintas.” (Guarinos, 2007), en otras palabras, es cuando se busca crear una mezcla de plataformas, las cuales son todas digitales, que se utilizan para transmitir una experiencia al usuario y con esto poder amplificarla mucho más logrando una vivencia satisfactoria. La industria de los videojuegos ha demostrado que logra acoplarse muy bien al

tema de experiencias y consigue implementar esta composición de plataformas digitales para que su universo sea mucho más llamativo para sus fanáticos, combinando cine, novelas, televisión alrededor de una narrativa y también logrando que, en ramas diferentes a las suyas, las instituciones o empresas apunten directo a ellos para así llevar todo lo que los videojuegos tienen para ofrecer a contextos diferentes que a simple vista serían extraños en este mundo del gaming:

es lo que se conoce como “gamificación” o “ludificación”, práctica que se beneficia de avances tecnológicos de la cuarta revolución industrial como la realidad virtual, aumentada o mixta; la inteligencia artificial y el aprendizaje automático; el big data y un largo etcétera en el que figuran de manera destacada los dispositivos móviles y las redes sociales.

Analizando la anterior cita se puede decir que los videojuegos se logran diversificar de una forma que puede crear grandes intereses en cuanto a lo económico. También se encuentra que tiene una amplia división en dos ramas fundamentales: la rama de la informática y la rama de los creadores de contenidos. En la rama de la informática están las empresas dedicadas a crear los videojuegos y las empresas que se dedican a crear consolas para dichos juegos, en cambio en la rama de creadores de contenidos se encuentran los gamers y creciente comunidad que, como nos indica, generan contenido desde streamers, unboxing, gameplays, eventos, torneos, cosplays y finalmente los equipos dedicados a la competencia en los títulos populares.

En Medellín, la creciente comunidad gamer se centra en su mayoría en la segunda rama, ya que generar contenido a partir de videojuegos resulta más sencillo que enfocarse desde la rama de la informática, por esta razón el fenómeno que se expone aquí posee una estrecha relación con los 5 tipos de gamer que explica Guarnizo (2014), las habilidades que estos desarrollan dependen netamente del tiempo que le dedican a dicha actividad. Partiendo de esta clasificación de los 5 tipos de gamer, que se ahondará en los capítulos siguientes, se

observa que el fenómeno de la industria gamer como economía en la cuarta revolución se ve afectado por los distintos niveles en los que se puede tener contacto con esta economía, pues para algunas personas la economía gamer aún sigue siendo solo desde la informática, todavía el pensamiento cultural en la ciudad de Medellín no ha considerado que existe una segunda rama de gamers creadores de contenidos, generando polémica sobre si debe incluirse como una forma de recibir ingresos que tenga un efecto mayor en la economía y en la industria gamer en Medellín en la cuarta revolución industrial. Se evidencia que en cuanto a querer generar un cambio en esta mentalidad, teniendo en cuenta la presión que ejerce el constante cambio tecnológico de la nueva era, este apoyo que la ciudad les brinda a los apasionados por las consolas, se encuentra en la llamada Economía Naranja que se desarrolla en la ciudad, impulsando a que estas ideas puedan convertirse en bienes y servicios culturales, incluyendo el área audiovisual y de los videojuegos.

Finalmente en Medellín se presentan importantes avances, ya que el modelo de la economía naranja nos está convirtiendo en “un modelo a seguir y un referente mundial” (ACIMedellín, 2019) y gracias a los esfuerzos del gobierno este fenómeno que aquí se expone gana más protagonismo, pero aun debemos explicar mejor qué es realmente la economía naranja, todo lo que abarca, los esfuerzos del gobierno por implementar este modelo económico y cómo todos estos esfuerzos han generado cambios importantes en el pensamiento de la población.

6. DISEÑO METODOLÓGICO

La investigación se llevará cabo con ayuda de un estudio de campo de los lugares dedicados al desarrollo de videojuegos, también se realizarán encuestas y entrevistas a personajes reconocidos en el medio gamer de la ciudad, con estas se podrá evidenciar y observar en qué

estado se encuentra la tendencia y como afecta laboralmente el fenómeno gamer a los personajes que se lucran de este estilo de vida, para finalmente generar un entendimiento más amplio del fenómeno a estudiar.

6.1. Tipo de investigación según el alcance

En esta investigación de carácter exploratorio se dará a conocer el fenómeno presentado en el mundo gamer, ya que los videojuegos en Medellín aún son vistos como una actividad de ocio y no como una economía, provocando que los jóvenes sean restringidos por sus padres y no desarrollen habilidades en estos.

6.2. Tipo de investigación según el enfoque

Con enfoque cualitativa se estudiará de manera detallada las situaciones, eventos que viven los integrantes de esta comunidad y se va a responder preguntas claves para entender dicho fenómeno.

6.3. Paradigma

Desde el paradigma constructivista esta investigación busca concebir la industria gamer como una economía potencial para el desarrollo de la ciudad de Medellín como la ciudad más innovadora.

6.4. Línea de investigación

Publicidad sociedad y comunicación persuasiva

(Comunicación, educación y ciberculturas)

La investigación va por esta línea de investigación ya que la industria gaming se creó a partir de una cultura generada por los amantes de los videojuegos que a su vez con el tiempo se volvió tan popular como el cine gracias a las temáticas tratadas en los diferentes videojuegos, es así como esto se considera una cibercultura, una manera de comunicación por los diferentes canales que creó esta cibercultura y es sumamente educativo ya que muchas mecánicas introducidas en videojuegos se utilizan hoy en día con fines educativos para hacer de este algo más divertido y estimular el interés de estudiantes.

6.5. Tipo de investigación

6.5.1. Población y muestra

Esta investigación está centrada en la población juvenil de estrato 3, 4 y 5, entre los 14 y 25 años de la ciudad de Medellín, ya que son los autores de dicha transformación económica y la muestra serán los jóvenes integrantes de la facultad de comunicación, publicidad y diseño de la universidad católica Luis amigó, pues al ser una universidad accesible pero privada posee jóvenes de diferentes estratos en busca de mejorar su economía.

6.5.2. Instrumentos y técnicas de recolección de datos

En primera instancia se harán entrevistas a Sebastián Osorio, Jaír Alexander Díaz, Julián Osorio y Jorge Quiñonez, miembros del equipo deportivo Break The Targets, residentes en la ciudad de Medellín quienes se especializan en la formación de gamers profesionales para determinar la situación actual de esta economía, luego se creara una encuesta que será aplicada en la universidad católica Luis amigó a los jóvenes para determinar cuáles poseen un conocimiento, quienes ya hacen parte de la comunidad gamer y que papel desempeñan en ella y finalmente mediante la observación directa se llevara a cabo en la casa de la cultura friki y en la juegosfera gaming house donde se busca evidenciar el fenómeno a estudiar en esta investigación y la conducta que tiene la población juvenil de Medellín frente a esta economía.

7. RESULTADOS

Las siguientes preguntas se hacen con el objetivo de conocer la percepción de los gamers profesionales en Medellín frente la industria gamer.

¿Como fueron sus inicios en los videojuegos?

¿Cómo se enteraron de la comunidad gamer y por qué motivo se introdujeron a ella?

¿En qué momento los videojuegos empezaron a ser una actividad económica para ustedes más allá del ocio?

¿Qué beneficios económicos les ha traído dedicarse a los videojuegos?

¿Qué beneficios psicológicos ha generado los videojuegos?

¿Cómo ha sido el apoyo de las entidades financieras hacia ustedes?

¿Los padres han sido un obstáculo para esta disciplina?

¿Cuál consideran ustedes que es el mayor obstáculo?

¿Conocía la economía naranja?

¿El gobierno ha brindado algún apoyo?

¿Conocía el término cuarta revolución?

¿Considera que la industria gamer se puede convertir en una economía potencial en Medellín?

Aquí se destacan algunas respuestas de los gamer profesionales y presentación de los entrevistados.

“Hola, muy buenos días. Mi nombre es Santiago Gallego. Soy ingeniero de petróleo de la Universidad Nacional de Medellín. Me graduo este año, y hace un año y medio incursioné en el mundo de los eSports con Cattleya Gaming. Soy uno de los fundadores y CEO de Cattleya Gaming, que son un

equipo profesional de Esports. Actualmente cuenta con casi 30 empleados y está participando y ganando, poniendo el nombre de Colombia en alto en los Esports en la región”.

No, yo creo que los videojuegos hacia mi persona fue un tema hereditario, mi hermano mayor jugaba mucho videojuego y cuando yo era pequeño me ponía a ver y me llamaron la atención y desde chiquito, desde que tengo memoria juego literal, he pasado por todos los géneros, he tenido diferentes consolas en mi casa desde las de Nintendo, hasta computador con emuladores. Pues realmente no he probado todos los géneros, desde los shooters, MMOE, RTS, hasta los MOVA. Entonces he sido muy variado. Y no realmente yo creo que más de 100 videojuegos me he pasado, he jugado mucho más.

Mi nombre es Sebastián Suárez Díaz, tengo 27 años, actualmente vivo en la ciudad de Bucaramanga, soy estudiante de publicidad, y soy manager de un equipo de video juegos electrónicos llamado Hunters Esports aquí en Colombia.

Pues a nivel amateur, pues yo vengo jugando ya desde muy pelaito, desde niño tenía más razón de ser, siempre tuve consolas, y ya, pues a nivel como semi profesional y muy profesional, ya fue con el League of Legends, eso ya hace que te digo yo unos 5 años aproximadamente, empecé pues en torneos locales, ganando muchos torneos locales luego de ahí viaje a torneos en Medellín, Bucaramanga, los cuales pues acaba el primer puesto, y con la llegada de la los Esports a Colombia fue como que se profesionalizó y estuve dos años jugando y pues luego combine mi carrera con los videojuegos y pues termine haciendo mi propia organización. Luego la vendí, y hoy en día soy manager de la misma.

Mi nombre es Sebastián Cortez, fundador de Loto gaming, actualmente llevo más de 5 años trabajando en el mundo de los Esports con equipos y patrocinadores. No pues no sé, empecé hace

aproximadamente, diría yo, 2016 o 2015, algo por el estilo con el tema de los Esports, y pues sigo trabajando con ella hasta la actualidad.

En los videojuegos, pues mis inicios fueron hace mucho tiempo, cuando tenía no sé 7 años, ¿cuándo no se tenía la NES? Creo que era, y pues desde ese momento ya estuve toda mi vida involucrada con el tema de los videojuegos, sea principalmente jugando, hasta la adolescencia, pues siempre estaba muy, muy involucrado con eso, y pues hasta el día de hoy.

De acuerdo a lo concluido de las entrevistas realizadas a 3 expertos de la industria gaming en Medellín, en primera instancia los entrevistados concuerdan en la edad que iniciaron en la industria gaming y la forma en que la conocieron, la cual es desde su infancia y por la consola Nintendo o PlayStation one.

Como segunda conclusión, todos los entrevistados concuerdan en que es una industria bastante compleja ya que posee muy poco apoyo en Medellín y por esta razón, aunque ya obtienen beneficios económicos no son los suficientes.

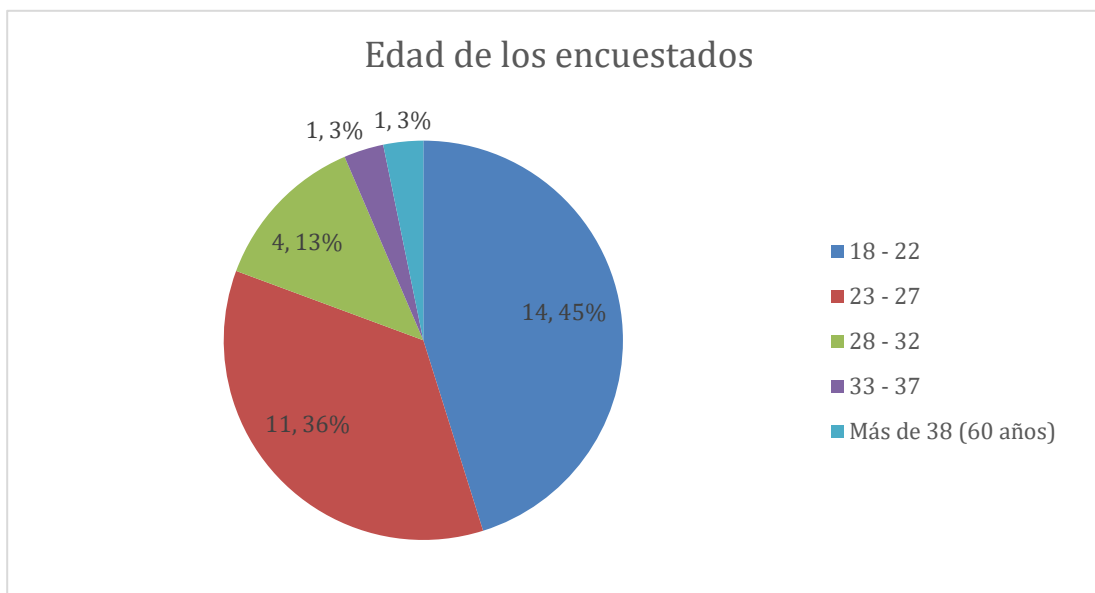
Además, concluyen en que los videojuegos poseen beneficios psicológicos tanto positivos como negativos ya que al introducirse al modo competitivo puede generar niveles de estrés y carga laboral como cualquier otro empleo; Y las entidades financieras no poseen iniciativas que apoyen esta disciplina en Medellín.

Igualmente, los entrevistados acuerdan en que los padres si bien en un comienzo fueron quienes les permitieron conocer los videojuegos por ocio, pero al crecer y ver que esta actividad aun demanda tiempo de sus vidas no aceptan que esta disciplina se pueda convertir

en una forma de vida potencialmente lucrativa ya que aun los padres ven la industria gaming como ocio y no como empleo.

Finalmente, todos los participantes concluyen que el mayor obstáculo cuando se trata de emprender en esta industria, es el poco apoyo del gobierno, los altos costos de los insumos necesarios para desarrollar la actividad y aunque conocen el término “economía naranja” y “cuarta revolución industrial”, expresan que es una economía más lucrativa que el cine pero que el apoyo en Medellín es casi nulo siendo contradictorio con el título “ciudad más innovadora del mundo” y “valle del software”.

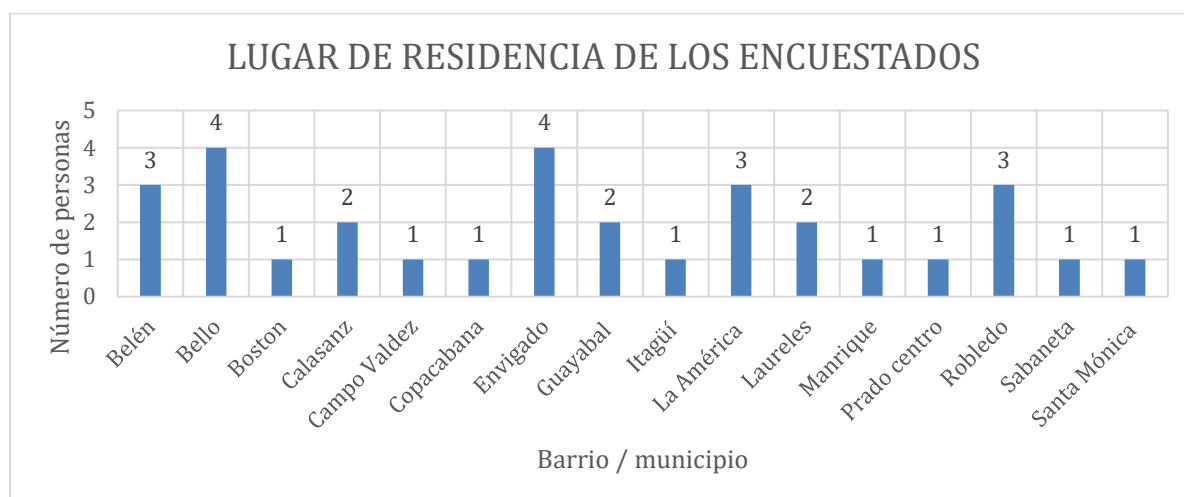
La encuesta realizada fue enviada a la base de datos de estudiantes brindada por la Universidad Luis Amigó, esta fue diligenciada por un total de 31 personas, siendo la muestra de este estudio.



En cuanto a los datos proporcionados vale aclarar que por cuestiones de análisis sociodemográfico se dividieron en 5 grupos, 18 a 22, 23 a 27, 28 a 32, 33 a 37 y personas con más de 38 años, que en el caso de estos resultados equivale a solo una persona que indicó tener 60 años.

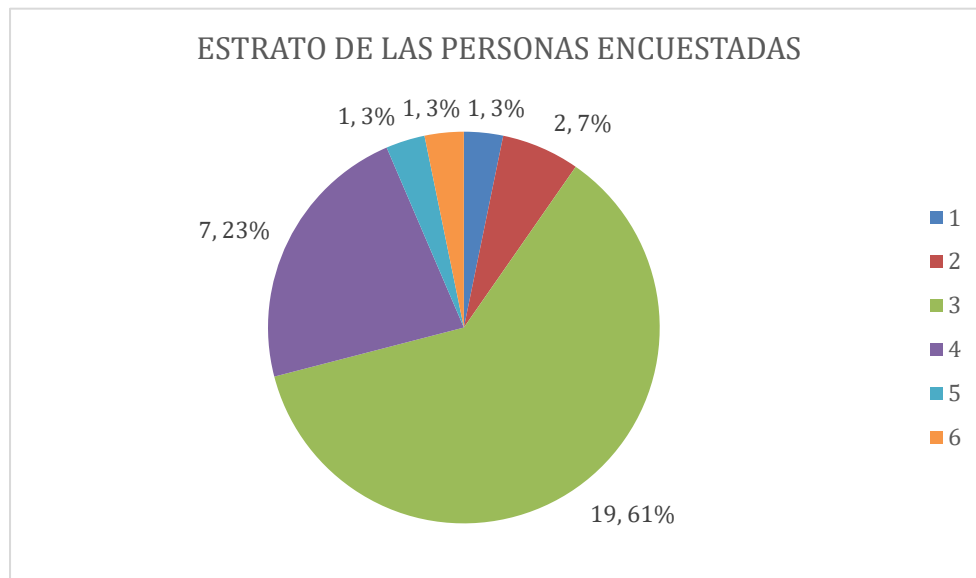
El grupo etario al cual corresponde el mayor porcentaje de encuestados es el de 18 a 22 años equivalente al 45% de los participantes, seguido por el grupo de 23 a 27 años, el cual corresponde a un 36%.

En cuanto al barrio en el que se encuentra la residencia de los encuestados, podemos evidenciar que la muestra refleja la percepción de las personas sobre La industria gamer como economía potencial en Medellín desde diferentes sectores de la ciudad y de municipios que pertenecen al área metropolitana. Siendo Bello (4) y Envigado (4) quienes cuentan con una mayor cantidad de representantes, seguido por Robledo (3), Belén (3), La América (3), Calasanz (3) y Laureles (3).



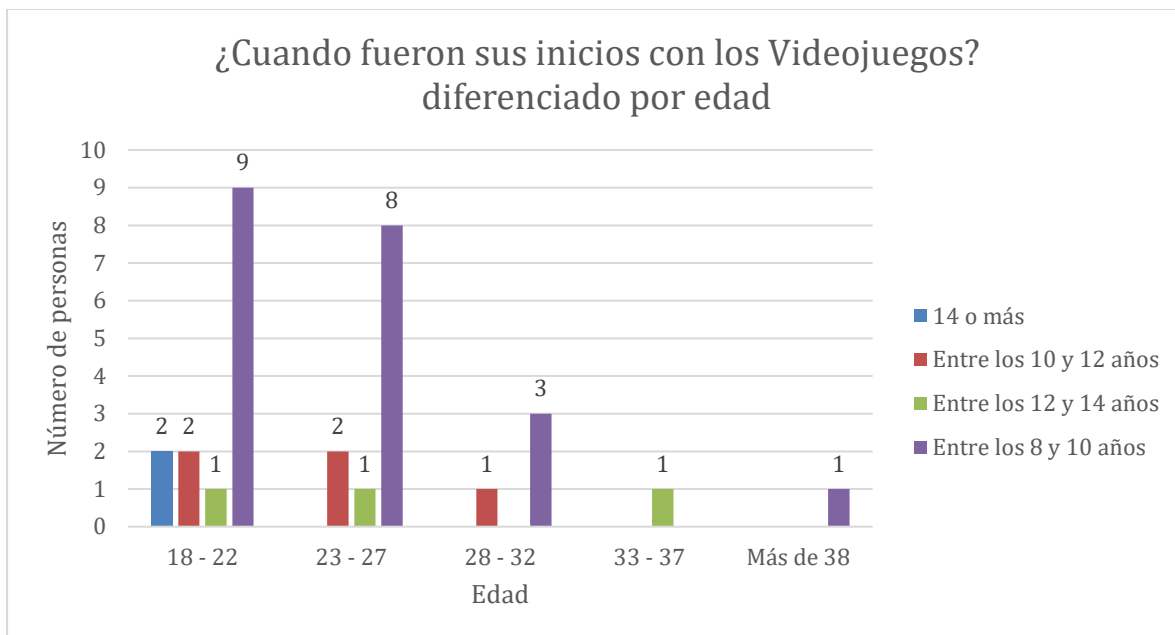
En el caso del estrato de la población encuestada podemos evidenciar que la mayoría de la muestra se encuentra en un estrato 3, siendo este correspondiente al 61% de los participantes, seguido por el estrato 4 con un 23%, sin embargo, en el caso de los estratos 1, 5 y 6 no se cuenta con una población muy representativa, reflejando que la población objetivo de esta encuesta cuenta con condiciones socioeconómicas de una clase media con tendencia a alta y que haciendo la comparación con otras preguntas demuestran que tuvieron acceso desde

edades tempranas al uso de herramientas, equipos, consolas o elementos diversos que se vinculan al mundo gamer.



De acuerdo con los datos anteriores procedemos a hacer el análisis de diferentes preguntas que nos dan mayor claridad de cómo ha sido el relacionamiento de las personas con el tema de investigación.

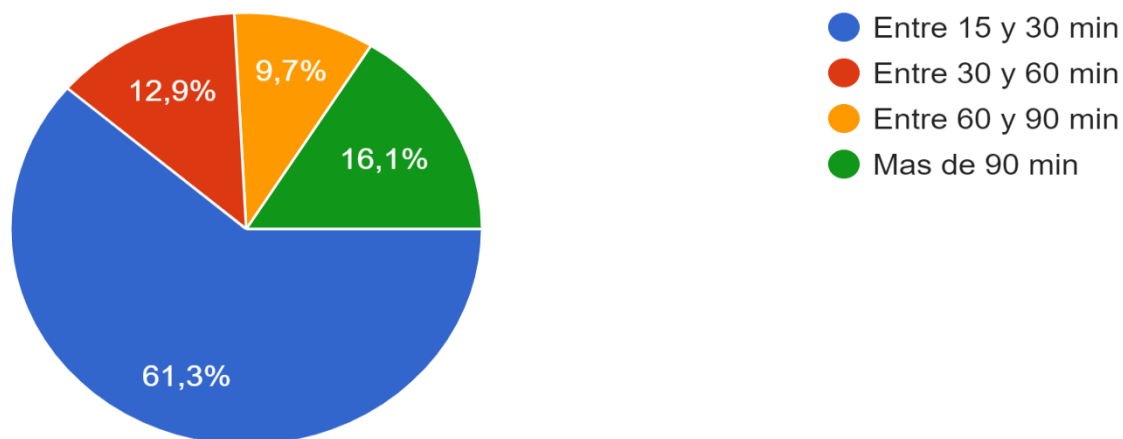
En el siguiente gráfico se puede evidenciar que sin importar la edad que tienen en este momento los encuestados, su primer contacto con los videojuegos se presentó entre los 8 y 10 años, incluso para la persona de 60 años, demostrando un acceso a muy temprana edad en general, sin embargo, las condiciones socioeconómicas no son concluyentes para evidenciar motivos de un acceso tardío a estos elementos tecnológicos, debido a que en cuestiones de esta encuesta no se evidencian las condiciones existentes en los momentos de infancia de los encuestados.



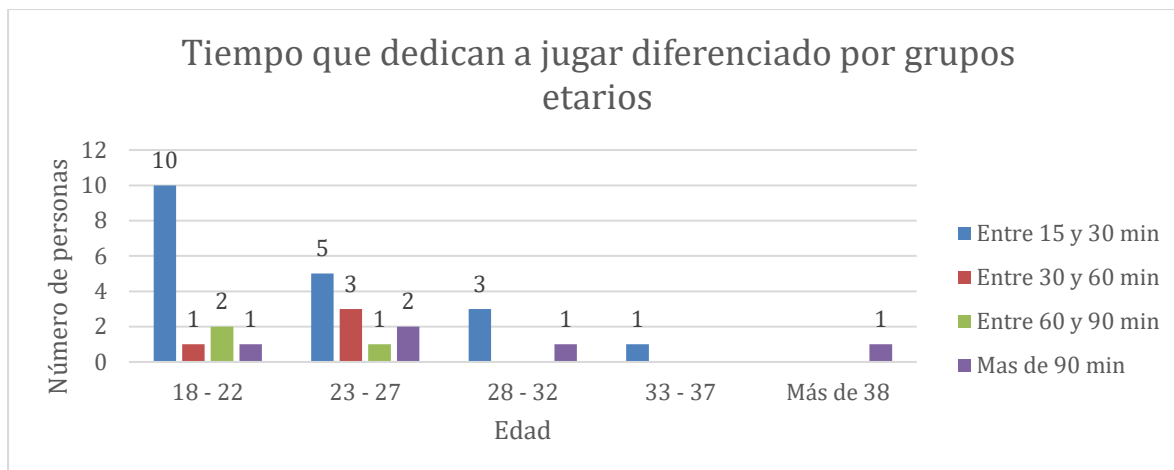
Para conocer el tipo de asociación que tenían los encuestados con el mundo gamer, se preguntó si pertenecían a algún grupo o clan que se dedicarían a los videojuegos y se evidencia que en su gran mayoría no es un foco de interés, solo 4 personas pertenecen a alguno, en el caso, dos personas nos aclaran los juegos, que son Free Fire y Halo; además, cabe aclarar que dos de esas personas pertenecen al grupo etario de 18 a 22 años, uno a 28 a 32 y la otra persona es el encuestado con edad de 60 años.



Al identificar los tiempos dedicados por los encuestados a los videojuegos, se puede evidenciar que en su mayoría especifican que se encuentran entre 15 y 30 min, equivalente al 61,3% de los encuestados en esta investigación, siendo un valor considerable y reflejando una tendencia, sin embargo, es importante identificar los otros 3 grupos y evidenciar el uso de acuerdo con su edad.



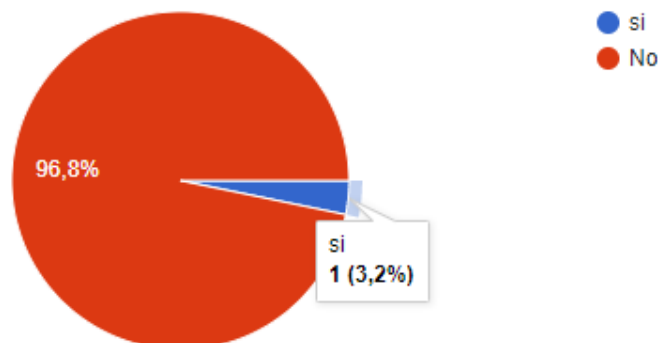
Por lo tanto, procedemos diferenciar de acuerdo con los grupos etarios que previamente se han identificado y aunque claramente se ha definido de manera previa que la mayor cantidad de encuestados se encuentran en los grupos de 18-22 y 23-27, es evidente que la mayor tendencia en los diferentes grupos es al uso entre 15 a 30 minutos, se destaca que la persona de 60 años se encuentre en el uso de más de 90 minutos, quizás existe una mayor disponibilidad de tiempo, no obstante, no es concluyente, ya que en los diferentes grupos se encuentran una o dos personas que dan esta misma respuesta, por lo tanto, la edad no es el factor diferenciador para aclarar motivos de porque se dedica menor o mayor tiempo al uso de los videojuegos.



Solo una persona de los 31 encuestados indica que realiza contenido multimedia de los videojuegos y expresa que es un contenido digital, graba sus partidas para compartirlas con amigos o para ser autocritico y mejorar su modo de juego.

Genera contenido multimedia a través de los videojuegos?

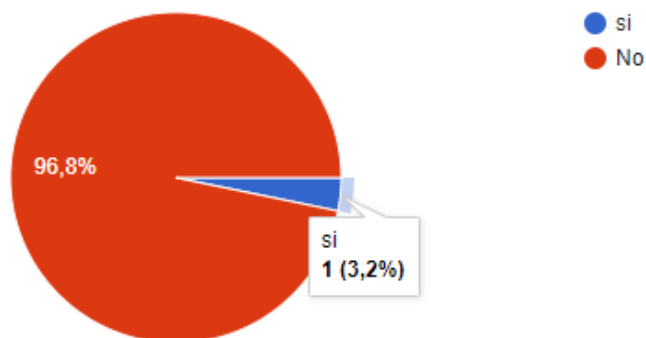
31 respuestas



Este mismo resultado se refleja en la pregunta de si se ha generado algún beneficio económico a partir de los videojuegos, lo interesante, es que esta persona, no es la misma que genera contenidos, por ende, es una particularidad que podría entrar a aclararse, sin embargo, podría ser en torneos o concursos en los que quizás haya participado, sin necesariamente haber realizado contenidos.

¿Los videojuegos le han generado algún beneficio económico?

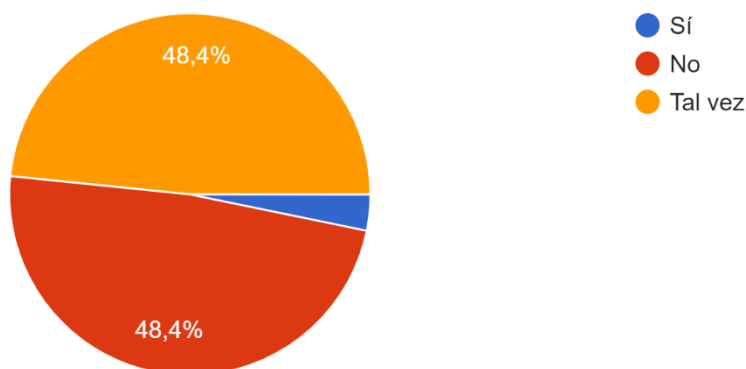
31 respuestas



El apoyo de los padres es algo que es incierto, ya que en su mayoría no identifican de manera clara esto como posibilidad actualmente, existe cierto tabú con la industria, lo que se refleja en que existan 15 respuestas de que no los apoyarían, entendiendo aquí miedos o incluso supuestos en no ver como una industria el mundo gamer, sin embargo, esta el otro lado de la moneda y son aquellos que no identifican si existiría o no un apoyo y quizás en ellos mismos incluso podría estar esa misma duda.

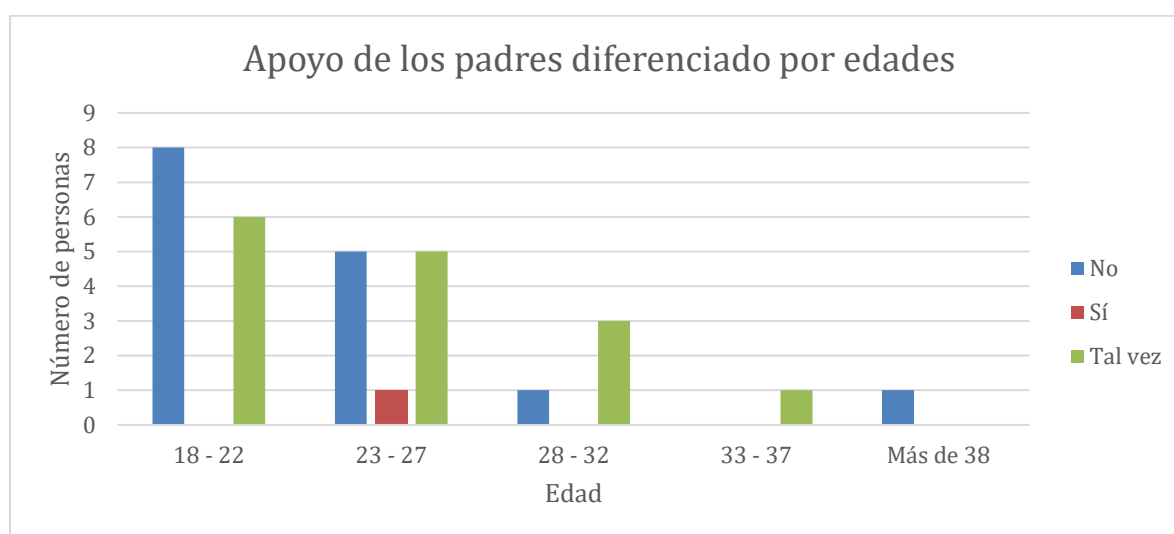
Sus padres están a favor de que adopte la industria gamer como economía?

31 respuestas



No obstante, resalta esa única persona que responde que sí y nuevamente, no es ni la persona que ha ganado algún beneficio económico de los videojuegos, ni es la persona que realiza

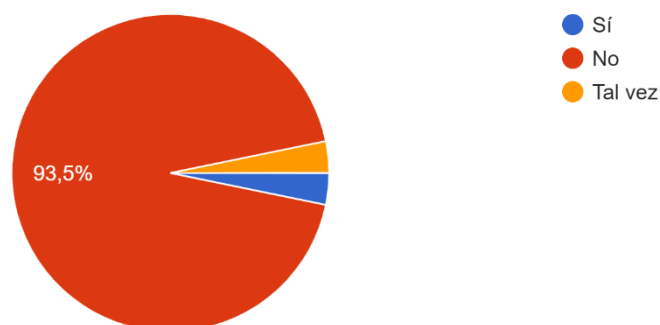
contenido multimedia, corresponde al grupo etario de 23 a 27 años y tuvo contacto con los videojuegos a una edad temprana desde los 8 a 10 años, sin embargo, ninguna de sus respuestas nos brindan claridad para entender porque puede recibir pleno apoyo de sus padres, esto podría indicarnos una relación de comunicación abierta con ellos e incluso el hecho de ya haberlo mencionado y tener claridad de que podría obtener un apoyo de los mismos o simplemente identificar que sus padres siempre le brindarán apoyo en lo que decida para su futuro profesional.



Al preguntarles a los encuestados si identifican o conocen algún lugar que les posibilite mejorar sus habilidades o destrezas como gamer en Medellín, solo una persona expresa que sí y el lugar que indica conocer la persona es el CESDE. Otro encuestado señala que tal vez, contrastando con el 93,5%, 29 personas que expresan no conocer un lugar.

Conoce lugares que ayuden a desarrollar sus destrezas como gamer en Medellín?

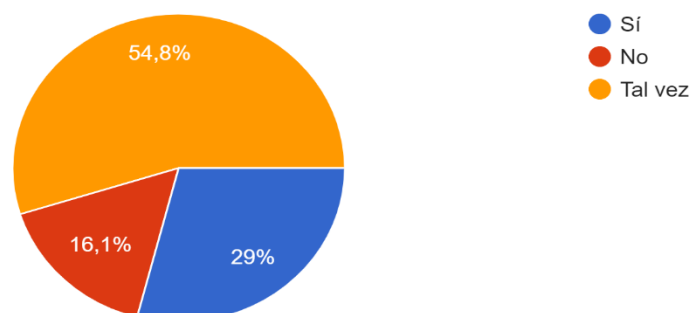
31 respuestas



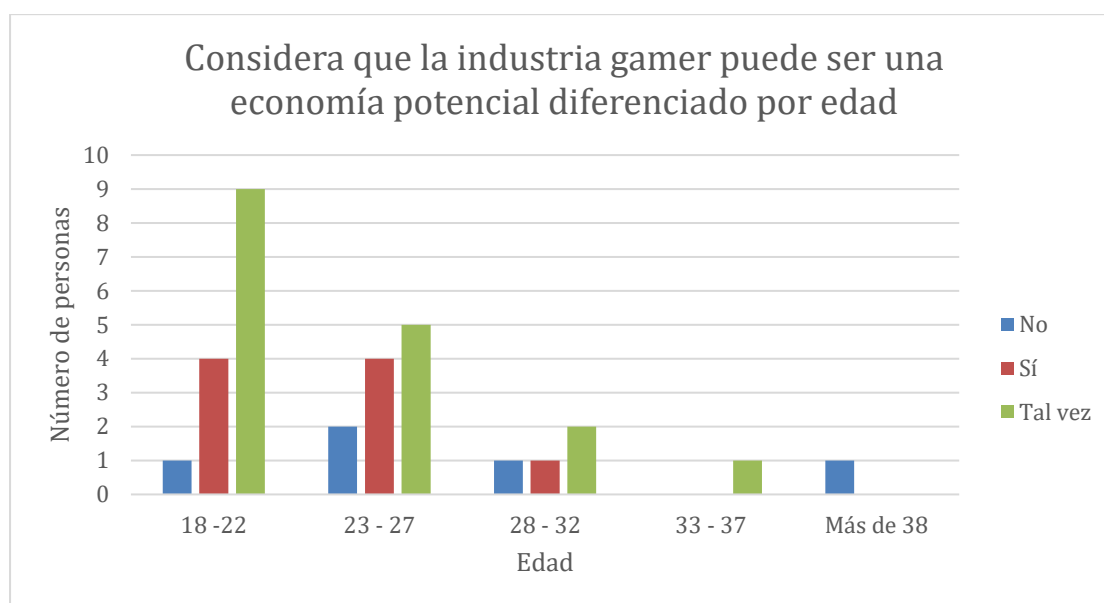
En la siguiente pregunta podemos evidenciar con claridad que existe cierta duda entre los encuestados sobre la viabilidad del negocio de la industria gamer, esto se refleja en que la mayoría (54,8%) identifican que tal vez podría convertirse en una economía potencial, sin embargo, es importante que el 29% exprese que finalmente podría lograr serlo y esto contrasta con el hecho de que los padres no brinden un apoyo considerable y que los encuestados no lo realicen, aquí podría considerarse una hipótesis y es el hecho de que los jóvenes aunque identifiquen una economía creciente no lo realicen por los supuestos o tabús marcados en la sociedad y en especial transmitidos por sus padres sobre que es el éxito y quien es una persona exitosa.

¿Considera que la industria gamer puede convertirse en una economía potencial en Medellín?

31 respuestas



De alguna forma la hipótesis anterior se puede corroborar con el siguiente gráfico, aunque son pocas las personas en los grupos etarios de 28-32, 33-37 y más de 38, podemos evidenciar que el tal vez y el no marcan las respuestas de estas edades y aunque no puede ser concluyente, ya que en la muestra no se contó con una gran participación de estos grupos, si se genera una duda que puede indicar la presencia de tabús o supuestos sobre la industria gamer.

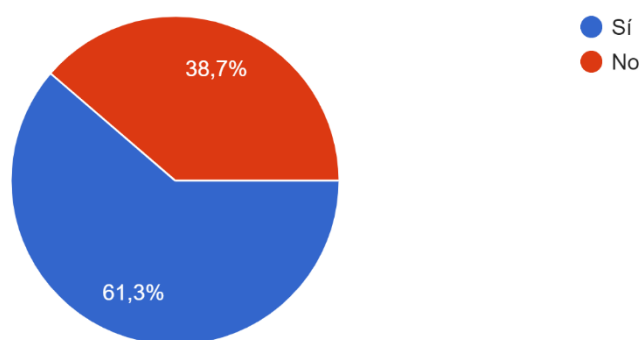


En cuanto a los comentarios de porque no podría ser potencia Medellín se aclara que el nivel de competencia es alto y que quizás las habilidades o destrezas de los participantes de dicha ciudad no sea el requerido para lucrarse de este en campeonatos, sin embargo, otros aclaran que la industria es amplia, teniendo toda la razón en esto, ya que no solo son torneos, son creadores de contenido también y esto posibilita otro campo de acción, igualmente, otros aclaran que existe la posibilidad que al ser el “Valle del Software”, puede crecer en este aspecto y crear grande videojuegos y ser también parte de esta economía. No obstante, existe otro elemento para indicar porque no podría llegar a serlo y es el hecho de que la infraestructura de conectividad con la que cuenta la ciudad y el país no es la mejor, lo cual es una oportunidad de mejora en los años siguientes.

Continuando con la encuesta se verificó el conocimiento de los encuestados sobre la cuarta revolución industrial; gratamente se evidenció que la mayoría (61,3%) de los participantes conocen de cierta forma a que hace referencia, aclarando en sus respuestas elementos como “Una era marcada por las tecnologías digitales, físicas y biológicas, que cambiará el mundo tal como lo conocemos”, “Se basa en la integración de la tecnología a los distintos ámbitos de la sociedad” o “El desarrollo de nuevas tecnologías y nuevas formas de percibir el mundo”.

¿Conoce la cuarta revolución industrial?

31 respuestas



En cuanto a la economía naranja, una mayor parte de los entrevistados expresó conocer el termino, siendo esta vez un 74,2%. Entre lo que conocen al respecto de este término se puede destacar “Es el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se lleven a cabo en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual”, “Que no existe en este país, se basa en potenciar negocios digitales, arte, diseño, desarrollo entre muchas otras cosas que también beneficien o ayuden el medio ambiente” y “modelo de desarrollo en el que la diversidad cultural y la creatividad son pilares de transformación social y económica del país, desde las regiones”.

8. CONCLUSIONES

Con esta investigación se concluye lo siguiente:

- La industria gamer a pesar de ser una economía fuerte en otros países, en Medellín es un terreno bastante nuevo y desconocido para muchos incluso siendo gamers.
- Salir adelante en esta industria se vuelve complejo por las diferentes percepciones y opiniones sobre la misma
- A pesar de que en la economía naranja se habla de este tipo de industrias, las entidades bancarias y los patrocinadores tienen una presencia casi nula en esta, ya que aun no conocen el potencial de esta
- Las generaciones actuales poseen habilidades excepcionales para los videojuegos, pero por falta de una buena forma guía para ser parte de esta industria las habilidades terminan siendo enfocadas en otros campos o desaparecen.
- Es una economía con bastante contratiempo a nivel económico, ya que los equipos necesarios para desarrollarse no son económicos y el respaldo es poco, ya que no hay iniciativas que la impulsen.

9. RECOMENDACIONES

Basado en la investigación y conclusiones propongo las siguientes recomendaciones:

- Recomiendo la creación de iniciativas que fomenten el reforzamiento de habilidades para las personas que quieran hacer parte de esta economía, ya que esta se puede desempeñar desde casa.
- Teniendo en cuenta la situación actual, recomiendo un plan para crear un espacio propicio para la enseñanza y el refuerzo de habilidades para el gaming, con el fin de que esta sea más fuerte en Medellín.
- Un papel activo de entes gubernamentales y financieros, desde programas que incentiven a los jóvenes con talento para los videojuegos.

10. REFERENCIAS

Definición de "Gamer" - Videojuegos en general. (2012). Recuperado el 2 abril 2021, desde

<https://www.3djuegos.com/foros/tema/7605648/0/definicion-de-gamer/blogsterapp>.

Castells, M. (1996). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Alianza 1(4).

España.

Cuello, A. B. (2006). Los Videojuegos. *Comunicación y Pedagogía*, 3.

Galindo, J. (2005). *Cien libros hacia una comunicología posible. Ensayos, reseñas y sistemas de información*. Mexico.

- Juul, J. (2005). *Half-Real. Videogames between real rules and fictional worlds*. Cambridge: MIT Press.
- Wijman, T. (18 de junio de 2019). *The Global Games Market Will Generate \$152.1 Billion in 2019 as the U.S. Overtakes China as the Biggest Market*. Newzoo. Recuperado el 2 de abril de 2021 de newzoo: <https://newzoo.com/insights/articles/the-global-games-market-will-generate-152-1-billion-in-2019-as-the-u-s-overtakes-china-as-the-biggest-market/>
- Real Academia Española. (s.f.). Obtenido de <https://dle.rae.es/interacci%C3%B3n>
- Rolling Stone. (2018). *El arte de los videojuegos en Colombia*. Recuperado el 2 de abril de 2021 de Rolling Stone: <https://www.rollingstone.com.co/actualidad/el-arte-de-los-videojuegos-en-colombia/>
- Schwab, K. (2016). La cuarta revolución. En K. SCHWAB, *La cuarta revolución*.
- Suominen, J. (2012). *Retrogamers. Communal Memory and Discourses of Digital History*.
- Tejeiro, R. (2001). *La adicción a los videojuegos. Una revisión*.
- Universidad de Palermo. (s.f.). *Programando por un sueño*. Argentina. Recuperado el 2 de abril de 2021 de https://www.palermo.edu/economicas/pdf_economicas/pdfs_centrodeentretenimientos_ymedios/Articulo_videojuegos_v4.pdf
- Universidad del País Vasco. (s.f.). *Las industrias culturales en la economía*. 9.
- Vicas, E. (s.f.). *¿Qué son los advergames?: definición, tipología y ejemplos*. Recuperado el 2 de abril de 2021 de zond: <https://www.zond.tv/que-son-los-advergames-definicion-tipologia-y->

