

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación



**“Análisis semiológico de los personajes de la aplicación
Pókemon Go”**

Sonja Engaine Silmarí Lavarreda Muralles

Carné 8610602

Asesor: Master Gustavo Adolfo Morán

Guatemala, octubre de 2019

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

M. Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Consejo Directivo

Representantes Docentes

Lic. Mario Enrique Campos Trigilio

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Representantes Estudiantiles

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante Egresado

M.A. Johny Michael González Batres

Secretario

M. Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Tribunal Examinador

M. A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

M. A. Freddy Alexander Poroj Moscoso

M. A. Pablo Alexander Dávila Montenegro



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 26 de septiembre de 2019

Profesionales

Gustavo Adolfo Morán Portillo, Asesor (ra)

Freddy Alexander Poroj, Lector (ra)

Pablo Alexander Dávila Montenegro, Lector (ra)

Estimado Tribunal:

En cumplimiento a los Artículos 15 y 34 del nuevo Normativo de Elaboración de Tesis, para obtener el grado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, aprobado por el Consejo Directivo de la ECC, en el Punto Cuarto del Acta 09-18 de sesión celebrada el 22 de mayo de 2018, se les nombra como miembros del Tribunal Examinador del (la) estudiante **SONJA ENGAINE SILMARI LAVARREDA MURALLES**, Registro Académico **8610602**.

Para la realización del examen privado de tesis se fija el **28 de Octubre** del presente año, a las **14:00 horas**, en el salón de Secretaría, Edificio M-2, 2do. Nivel.

Sin otro particular, atentamente.

"DÉ Y ENSEÑAD A TODOS"


M. Sc. Claudia Xiomara Molina
SECRETARIA



cc. Estudiante
cc. archivo
CM/cid



Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación



086-18

Guatemala 01 de agosto de 2018
Dictamen aprobación 085-18
Comisión de Tesis

Estudiante

*Sonja Engaine Silmari Lavarreda Muralles
Carne 2355 65024 0101
Registro académico 8610602
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala*

Estimado(a) estudiante

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Coordinación de Tesis en el inciso 1.11 del punto 1 del acta 007-2018 de sesión celebrada el 30 de julio de 2018 que literalmente dice:

1.11 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante: Sonja Engaine Silmari Lavarreda Muralles, Carne 2355 65024 0101, Registro académico 8610602, proyecto de tesis: ANÁLISIS SEMIOLÓGICO DE LOS PERSONAJES QUE UTILIZA LA APLICACIÓN POKEMÓN GO. B) Nombrar como asesor(a) a: M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo.

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el "NORMATIVO DE ELABORACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA, en su CAPITULO 1, Artículo 2, Literal J) Plazo para el proceso de examen privado, Numeral 2) Los estudiantes con Cierre de Pensum que inscriban su Proyecto o Plan de investigación, tendrán un plazo máximo de un (1) año, a partir de la fecha en la que les sea notificado por la Comisión de Tesis la aprobación de su Proyecto o Plan de Investigación, para poder sustentar su examen privado de tesis".

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

*Dra. Aracelly Kriselda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis*





AUTORIZACIÓN POR ASESOR INFORME FINAL DE TESIS

Guatemala 06 de febrero de 2019

*Señores
Comisión de Tesis
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.
Ciudad Universitaria, zona 12*

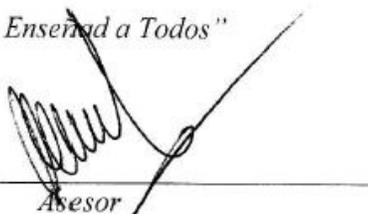
Estimados señores

Por este medio me dirijo a usted para informarle que he revisado el informe final de tesis del (la) estudiante Sonja Engaine Silmari Lavarreda Muralles, carné 2355 65024 0101, registro académico 8610602, cuyo título es Análisis Semiológico de los personajes que utiliza la aplicación Pokemon Go, el cual cumple con lo establecido en el artículo 35 literal A del Normativo de elaboración de tesis para obtener el grado de licenciatura en la escuela de ciencias de la comunicación de la universidad de San Carlos de Guatemala, aprobado por el Consejo Directivo de la ECC, en el punto cuarto del acta 09-18 de sesión celebrada el 22 de mayo de 2018.

En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

Atentamente,

"Id y Enseñad a Todos"


Asesor

c.c. archivo

Autorización Informe final de tesis por asesor derivado a recomendaciones del
Tribunal examinador

Guatemala, 13 de noviembre de 2019

Doctora
Aracelly Mérida
Coordinadora
Comisión de Tesis
Escuela de ciencias de la comunicación
Edificio Bienestar Estudiantil
Ciudad Universitaria, zona 12



Estimada Doctora Mérida:

Me dirijo a usted, en referencia a las recomendaciones del cambio del Título indicado por el Tribunal examinador, en el examen privado de licenciatura de SONJA ENGAINE SILMARI LAVARREDA MURALLES, Carné: 2355650240101, Registro académico: 8610602, realizado el 28 de octubre de 2019.

El título de la tesis fue cambiado por el Tribunal y fue autorizado con el nombre de: Análisis semiológico de los personajes de la aplicación Pokémon Go.

Por lo que me complace informarle que el título ya quedó asentado en el acta 059-2019 por lo que procede continuar con el trámite respectivo.

Atentamente,

"Id y enseñad a todos"

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Gustavo Adolfo Morán Portillo'.

Doctor Gustavo Adolfo Morán Portillo
Asesor

cc.archivo



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 25 de septiembre de 2019
Tribunal Examinador de Tesis
CT-Akmg-No.081-19

Estudiante
Sonja Engaine Silmari Lavarreda Muralles
Carne 2355 65024 0101
Registro académico 8610602
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: "ANÁLISIS SEMIOLÓGICO DE LOS PERSONAJES QUE UTILIZA LA APLICACIÓN POKEMÓN GO", siendo ellos:

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo	Asesor
M.A. Freddy Alexander Poroj Moscoso	Lector-examinador
M.A. Pablo Alexander Dávila Montenegro	Lector-examinador

La fecha de su examen privado se la estará confirmando la M.Sc. Claudia Molina, secretaria de la escuela a quien ya posee su correo electrónico y número de celular, por lo que solicitamos este pendiente del mismo.

Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC




Dra. Aracelly Krisanla Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis





Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 13 de noviembre de 2019
Orden de impresión
Ref. CT-Akmg- No. 069-2019

Licenciada

Sonja Engaine Silmari Lavarreda Muralles
Carne 2355 65024 0101
Registro académico 8610602
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado Licenciada

Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título "Análisis semiológico de los personajes de la aplicación Pokémon Go", se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados en un plazo no mayor de 30 días calendario

- a) Un ejemplar impreso, un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central
- b) Dos ejemplares impresos y dos discos compactos en formato PDF en la Biblioteca Flavio Herrera.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


Dr. Sergio Vinicio Morataya García,
Director ECC




Dra. Aracelly Krisandá Mérida González,
Coordinadora Comisión de Tesis



Agradecimientos

- A Dios:** Por brindarme sabiduría y entendimiento al realizar mi proyecto de tesis.
- A mi madre:** Juanita Muralles, por su apoyo incondicional en todo momento.
- A mis hijos:** Diego José, Juan Pablo, Sebastián y Diana Silmarí. Por ser mi inspiración; en especial a mi hija, por auxiliarme cuando más lo necesitaba.
- A mi asesor:** M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo por su valiosa asesoría a mi proyecto, gracias por su orientación y comprensión.
- A Licenciado:** M.A. Freddy Alexander Poroj Moscoso por creer en mí y apoyarme con sus sabios consejos.
- A todos:** A todas las personas que de alguna u otra forma contribuyeron a que lograra completar con éxito, esta etapa tan importante en mi vida.

**PARA LOS EFECTOS LEGALES, LA AUTORA
ES LA ÚNICA RESPONSABLE DEL CONTENIDO DE ESTE TRABAJO.**

Tabla de contenido

Resumen.....	I
Introducción	III
Capítulo 1.....	5
1. Marco Conceptual	5
1.1 Título del Tema	5
1.2 Antecedentes	5
1.3. Justificación	7
1.4. Planteamiento del Problema	9
1.5 Alcances y límites	10
Capítulo 2.....	11
2. Marco Teórico	11
2.1. Comunicación	11
2.1.1. Proceso de la Comunicación	11
2.2. Semiología	11
2.2.1. Semiótica.....	12
2.3. Signo.....	13
2.3.1 Elementos del Signo.....	14
2.4. Significado de los colores	16
2.5. Pokemon.....	18
2.6. Videjuego Pokemon	20
2.7. Pokemon Go	21
2.8. ¿Qué son los Pokémon?.....	29
2.8.1. Los monstruos del bolsillo.....	29
2.8.2. Pokémon por tipo.....	30
2.9. Pokémon Legendario	32
2.10. Historia de la aplicación Pokémon Go	35
2.11. Lógica del juego.....	36
2.12. Manga.....	44
2.13. Relación entre Inteligencia Emocional y los Videjuegos	44

2.14. Emociones y Sentimientos del Ser Humano	45
Capítulo 3.....	47
3. Marco Metodológico	47
3.1. Método de investigación	47
3.2. Tipo de investigación	47
3.3. Variables o indicadores.....	47
3.4. Tipo de investigación	48
3.5. Método de Investigación	48
3.6. Población y Muestra.....	48
3.6.1. Población.....	48
3.6.2. Muestra.....	49
3.7. Objetivos	50
3.7.1. General:.....	50
3.7.2. Específicos:	50
3.8. Fases de la metodología.....	50
3.9. Recopilación de Información	51
3.10. Procesamiento de Información	51
Capítulo 4.....	52
4. Análisis.....	52
4.1 Análisis de los Pokémon Legendarios	52
4.2 Análisis e interpretación de resultados.....	61
4.3. Conclusiones.....	68
4.4. Recomendaciones	69
Bibliografía.....	70

Resumen

Nombre: Análisis semiológico de los personajes de la aplicación Pokémon Go.

Autora: Sonja Engaine Silmarí Lavarreda Muralles

Universidad: San Carlos de Guatemala

Unidad Académica: Escuela de Ciencias de la Comunicación

Problema investigado: ¿Cuál es el significado denotado y connotado de cada uno de los personajes legendarios de la aplicación Pokémon Go en los usuarios?

Instrumentos: Referencias bibliográficas de internet, encuesta realizada en internet por medio de la red Social Facebook, aplicación Pokémon Go, videojuegos de Pokémon Go, jóvenes apasionados por el juego Pokémon Go reunidos en la universidad.

Procedimiento: El medio utilizado para esta investigación fue una encuesta realizada a la población guatemalteca con gusto por la aplicación de Pokémon Go, alcanzada

por medio de la red social Facebook, en la ciudad de Guatemala. Además se realizaron investigaciones dentro del centro universitario, a jóvenes que se reúnen para realizar batallas o atraer pokémon.

Resultados y conclusiones: Con las investigaciones realizadas se confirmó que las personas que utilizan la aplicación de Pokémon Go lo efectúan a diario.

La red Social Facebook es el medio social principal por el cual los usuarios que utilizan la aplicación Pokémon Go son informados de los distintos eventos como: incursiones, ubicaciones de diversos pokémon, entre otros.

Por ser un videojuego gratuito, la aplicación tiene más adeptos diariamente.

Introducción

La inquietud de desarrollar el tema del análisis semiológico de los personajes que utiliza la Aplicación Pokémon Go, es comprobar como las personas muestran tanto interés en obtener determinados personajes de pokémon. El videojuego pokémon Go tiene más de 20 años de haber surgido en el ambito virtual y al día de hoy sigue incrementando a sus usuarios. La aplicación y sus personajes están en constantes cambios y evoluciones tecnológicas.

Los pokémon utilizan los códigos sociales ya que siguen reglas, llevan implícito el sello personal de su creador; transmiten sentimientos (motivan y persuaden).

La aplicación es utilizada como medio de diversión y el usuario se siente identificado porque no tiene que invertir dinero para poder hacer uso de ella, ya que es un videojuego gratuito que contiene micro transacciones, solamente necesita tener un dispositivo con sistema iOs y/o Android. Pokémon Go actualmente es el mayor juego móvil de la historia. A nivel global, a los usuarios les gusta atrapar ciertos “pokémon” por el poder que cada uno representa y porque los asocian con figuras de animales.

El objetivo del creador de la aplicación es que los usuarios tengan una interacción social, se orienten sobre diferentes eventos o batallas, así como de la ubicación de los diferentes pokémon existentes.

Estudios científicos demuestran que los videojuegos tienen un papel importante en los niveles de atención de las personas que participan en el juego. (<https://www.infobae.com/salud>, 2017) Así también de forma positiva, los jóvenes adquieren habilidades viso espaciales (entre ellas la capacidad de representar, analizar y manipular objetos mentalmente). Aunque la parte negativa de los videojuegos se relaciona con generar adicción se debe organizar alguna forma de restringir a los jóvenes su tiempo de rutina para no perder la perspectiva de la realidad.

Para la elaboración del trabajo de investigación, se utilizó el método científico, el cual se desarrolla metódica y lógicamente para la obtención de conocimiento, presentando este documento en capítulos, el capítulo 1: Marco conceptual donde se plantea el problema de investigación, los antecedentes relacionados al tema y las preguntas de investigación, los alcances teóricos y técnicos y la delimitación del problema.

Para el capítulo 2, se desarrolla la fundamentación teórica de los procesos de comunicación, de la semiótica, la historia y desarrollo de la aplicación Pokémon Go, la relación entre Inteligencia Emocional y los Videojuegos.

En el capítulo 3, se define el proceso metodológico de la investigación, que incluye el enfoque, el tipo de diseño de investigación, cómo se recopiló la información y el procesamiento de información con el fin de comprobar, teoría y determinación de una nueva norma o conocimiento, siendo objetiva, lógica y deductiva.

Capítulo 1

1. Marco Conceptual

1.1 Título del Tema

“Análisis semiológico de los personajes de la aplicación Pokémon Go”

1.2 Antecedentes

En la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC) de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC) no existe un estudio que hable en su totalidad sobre análisis de la semiología y sobre la aplicación de Pokémon Go. Sin embargo, se elaboraron trabajos de tesis que tratan sobre análisis semióticos y semiológicos de distintas índoles.

Jorge Antonio Ramirez (2014) expone que al haber analizado los conceptos que se presentan en su tesis se puede concluir que la semiótica, la comunicación y la publicidad están estrechamente relacionados, ya que estos se presentan bajo un proceso de comunicación formado por un emisor, un mensaje y un receptor, en donde se lleva a cabo la transmisión de un mensaje, en el cual se codifican los significados con los que se persuade al lector o usuario final.

Oscar Giovanni Higueros (2016) en su tesis presentada sobre Análisis semiológico del libro motivacional “La Vaca” con base a la propuesta de Roland Barthes, hace una exposición afirmando que, el comunicador puede aplicar la propuesta de Roland Barthes, para comprender mejor el análisis semiológico, que los mensajes descubiertos en su tesis es el conformismo y la toma de decisiones por parte del individuo, la existencia del mensaje denotado, que transmite su objeto de investigación es el de la mediocridad y justificación de las circunstancias, por las cuales pasa cualquier persona, existe una función de anclaje de la obra a frases gancho que logran captar la atención del usuario, siendo estas no repetitivas pero si dubitativas ya que manifiestan dudas que

la persona puede poseer, continua con la función de relevo, no se encarga de otorgarle sentido a la función de anclaje sino que constituye un elemento más del sintagma icónico. Es pertinente señalar que los recursos retóricos identificados en estos materiales han sido aplicados únicamente a las imágenes y no a los textos, lo que puede asociarse a la vía persuasiva utilizada, es decir, cada vez que se hacía una apelación por la vía emotiva se hizo por medio de una imagen (aplicando algún recurso retórico), cumpliendo con la función referencial e implicativa de la imagen; mientras que los textos fueron utilizados para argumentar, dar datos y resultados, haciendo una apelación de tipo racional.

Charles Pierce (1974) con su modelo tricotómico propone los términos: interpretante, objeto, representa y los relaciona entre sí. De la misma manera, Charles Morris agrega un elemento más al de Pierce, al que llama interprete. Existen otras teorías que respaldan esta ciencia, sin embargo, todas son corrientes que surgen a partir de las anteriores. Dichas aportaciones semióticas se tomaron en cuenta para comprender la posición que toma actualmente la semiótica y los alcances que se tienen sobre esta. En relación con la publicidad, hay pocos estudios recientes que puedan sustentar la importancia de establecer una relación entre estas; que la publicidad como tal es un conjunto de signos que contiene diversos elementos sujetos de interpretación. Sin embargo, la finalidad de la publicidad es vender, por lo que estos elementos se disfrazan de cierta forma para no propiciar su análisis y lograr un objetivo de consumo.

Vidal Alegre (2017) a lo largo del estudio de los Pokémon, afirma que La naturaleza de Pokémon Go como juego de realidad aumentada se encuentra en la calle, no es un juego encerrado en cuatro paredes, que el diseño del juego propone lograr bienestar mediante el caminar, socializar, y el conocer más la ciudad donde habitamos. En ese sentido, para los cazadores de pokémon de la ciudad de Guatemala, el juego significa una oportunidad, la cual sirve para obtener ciertos beneficios sociales representados en el discurso y los mandatos del juego, concluye que tan real o fantástico lo asuma cada uno dependerá de nuestra capacidad para transitar de una perspectiva a otra y del ropaje tecnológico que usemos alrededor de nuestra vida, sin embargo, la realidad no se termina de cerrar porque performa en constante construcción.

1.3. Justificación

La presente investigación aporta un estudio semiológico de los significados de los personajes del Pokémon Go, entendiendo la realidad en su interacción social, ya que promueve reuniones físicas de los usuarios en distintas ubicaciones de sus poblaciones; y al mismo tiempo los usuarios deben estar atentos a los cambios tecnológicos que tiene la aplicación en la actualidad.

En cuanto al estudio, se ha detectado una tendencia en el marketing, como parte del juego, debido a que la marca Pokémon cuenta con una base sólida de usuarios comprometidos que se involucran en el videojuego; así como la adquisición de los productos de la marca Pokémon que salen al mercado, teniendo entre estos: películas, cartas, souvenirs, etc. El reconocimiento de la marca ha sido un trabajo arduo desde sus inicios, en 1996. La innovación del Pokémon Go está haciendo que todo lo relacionado genere actualizaciones, y la posibilidad de los negocios a involucrarse para obtener mayores beneficios.

La importancia del estudio radica en desarrollar un análisis semiológico del significado de los pokémon legendarios, ya que los usuarios los adquieren y esto genera una adicción a la aplicación. Es así como el videojuego se convierte en una tendencia nueva, con cambios vertiginosos y los resultados se pueden ver en el mundo actual.

Esta investigación fue realizada con el fin de dar un amplio conocimiento sobre la semiótica, utilizando el estudio en los signos que muestran cada uno de los pokémon legendarios para poder identificar, porque las personas se involucran en este juego y lo que conlleva; indagar porque los usuarios le dan importancia a la aplicación, informándose de eventos relacionados con la misma, además de adquirir productos que

el marketing se encarga de lanzar al mercado tales como ropa, juguetes, cartas, entre otros.

1.4. Planteamiento del Problema

Se deben considerar los efectos psicológicos que provocan los aparatos electrónicos porque se alcanzan vínculos que involucran una dependencia hacia estos dispositivos produciendo, incluso, emociones negativas como el miedo o ansiedad por quedarse sin cobertura, o bien que se agote la carga de la batería y el extremo de que suceda la pérdida del aparato. En el análisis de estos acontecimientos se puede concretar que el individuo presente síntomas de ansiedad y frustración que afecten su salud mental.

Los avances tecnológicos han transformado el entorno natural de convivencia social y la calidad de vida del individuo, la tecnología induce a grandes problemas como: adicción a los video juegos, Nomofobia, fatiga auditiva, depresión por redes sociales, mala postura, por tal razón surge la siguiente analogía: la dependencia del WhatsApp y Facebook que no permiten la interacción social.

Después de conocer la historia de pokémon y cómo su creador se inspiró y llevó a cabo su proyecto; de inventar sus monstruos de bolsillo y llevarlos a formar parte de un videojuego. El uso de esta aplicación hace que el usuario tenga preferencias por algún personaje que capte su atención, cada pokémon legendario tiene su propia historia y por ende su propio significado, es una aplicación que impactó considerablemente a la población. Analizar qué es lo que atrae a las personas, si es su forma como tal o los colores tan vistosos que poseen.

Determinar por medio del análisis de los personajes, porqué las personas tienen mucho interés en obtenerlos. Por lo que se tomará en cuenta para el análisis en la presente tesis, los mensajes que aportan los pokémon legendarios. En este sentido surge la interrogante ¿Cuál es el significado denotado y connotado de cada uno de los personajes legendarios de la aplicación Pokémon Go en los usuarios?

1.5 Alcances y límites

Ámbito geográfico

Redes sociales – dispositivos iOS y Android

Ámbito Institucional

La página utilizada de la red social facebook llamada Pokémon Oficial Guatemala que cuenta con más de 8,108 integrantes.

Ámbito poblacional

La encuesta realizada alcanzó a 81 personas integrantes de la página de la red social Facebook.

Ámbito temporal

La investigación se realizó por medio de internet, tuvo una duración aproximada de 48 horas en línea, para lograr el alcance determinado al inicio del proyecto.

Límites

La presente investigación se realizó en forma descriptiva, ya que se determinó el diagnóstico identificando la semiología de cada personaje de la aplicación de Pokémon Go y su relación con los usuarios.

Bajo el alcance de resultados, al tener definido el significado de cada personaje y compararlos con los usuarios a fin de que la correlación sea útil en el mercado de información.

El alcance técnico tuvo el fin de evaluar el sistema organizacional y de producción, buscando la mejora en su ventaja competitiva. Y de esta forma se corroboró la denotación de los pokémon legendarios, que fueron surgiendo en las temporadas del juego de Pokémon Go.

Capítulo 2

2. Marco Teórico

2.1. Comunicación

La comunicación es el proceso de transmisión de información entre un emisor y un receptor, que decodifica e interpreta un determinado mensaje. La comunicación deriva del latín “*communicatio*” que significa compartir, participar en algo o poner en común. A través de la comunicación los seres humanos comparten información, ponen en común conocimientos adquiridos, es el intercambio de ideas.

2.1.1. Proceso de la Comunicación

Para Velásquez (2006), los elementos o factores de la comunicación humana son:

- 2.1.1.1. Emisor o codificador: es donde nace la información o mensaje primario.
- 2.1.1.2. Código: grupo de signos o símbolos los cuales son estructurados en un sistema que sirve para la elaboración de un mensaje.
- 2.1.1.3. Mensaje primario: es estructurado bajo un código, es la información.
- 2.1.1.4. Receptor o decodificador: es el que recibe el mensaje y a su vez lo decodifica.
- 2.1.1.5. Canal: es el medio por el que viaja el mensaje entre el emisor y el receptor.
- 2.1.1.6. Ruido, barreras o interferencias: son los obstáculos que un mensaje encuentra en su camino para llegar al receptor.
- 2.1.1.7. Retroalimentación o realimentación: feed-back, mensaje de retorno o mensaje secundario.

2.2. Semiología

Es una ciencia inventada por el francés de Saussure (1857 – 1913), es la ciencia que estudia todos los modos de comunicación en el seno de la vida social (como los gestos, las miradas, la ropa que vestimos, etc.), todo es comunicación. La semiología es una ciencia moderna, esto fue indicado por Masip (2015).

2.2.1. Semiótica

Gómez (2017) indica que es el estudio de todos los signos en todo orden. Está relacionada con la lingüística por varios motivos:

- Estudio de los signos
- Tiene un relación con la lingüística

La semiótica se divide en:

- Semántica, la cual estudia el significado de los signos
- Sintáctica, estudia las relaciones entre los signos
- Pragmática, es la forma en que los signos son interpretados.

Semiología	Semiótica
Ciencia que estudia todos los modos de la comunicación en el seno de la vida social	Es una parte de la semiología que estudia la comunicación en sistemas cerrados
Mediante ↓	Mediante ↓
Señales (convenciones en sistemas abiertos). Se puede interpretar de diferentes maneras.	Signos (convenciones en sistemas cerrados). Solo se puede interpretar de una manera.

Basado en Vicente Masip (2015)²

Semiótica es la ciencia que estudia los signos, su estructura y la relación entre significado y el significante. Para Roland Barthes la semiología se encarga del estudio de los signos y comprende que los seres humanos se comunican por medio de signos lingüísticos (lenguaje), así como de elementos culturales, como ejemplo: la ropa, el peinado, los gestos, las imágenes, las formas, etc.; esto de acuerdo a lo que se desea transmitir. Las formas de comunicación son artificiales por que se presentan de acuerdo a la sociedad en la que se vive, esta es la razón por la que se toma como un estado natural. (Roland Barthes 1964).

Eco define a la Semiótica como: *“Una teoría general de la Cultura; luego la denomina como la Teoría de la mentira. Y por último la define como: Doctrina de los signos.”* (Velásquez, 2015)

2.3. Signo

Velásquez (2015), mencionó a los siguientes autores:

Eco define al signo como “cualquier realidad que sustituye a otra y al mismo tiempo la comunica”, todo signo evoca algo que no está; es una realidad presente que evoca algo ausente.

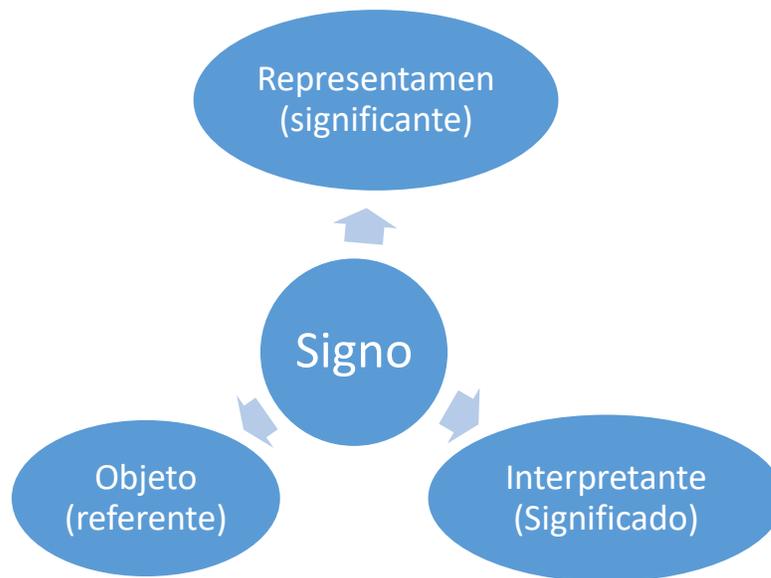
Saussure opina que el signo es una construcción abstracta que el ser humano utiliza para comunicar sus conocimientos o sensaciones.

FERDINAND DE SAUSSURE	CHARLES SANDERS PIERCE	ROLAND BARTHES
<p>Define al signo como una diada, en la que el significado y el significante tienen una relación íntima.</p> <p>Significado: es el concepto</p> <p>Significante: es la huella psíquica del signo.</p>	<p>El signo está para alguien en lugar de otra cosa.</p> <p>Creo el proceso triádico:</p> <p>Representamen: forma que toma el signo.</p> <p>Objeto: es la materialización.</p> <p>Interpretante: sentido que da el signo.</p>	<p>Los signos son formas de comunicación artificiales que pueden tener:</p> <p>Significado: concepto.</p> <p>Significante: expresa un significado.</p> <p>Clases de signo:</p> <p>Icónicos: cumplen una sola función.</p> <p>Motivados: motivan a utilizar algo en particular para definir al grupo al que pertenecen.</p> <p>Arbitrarios: que se encuentran en el otro extremo.</p>

Elaboración propia

2.3.1 Elementos del Signo

Peirce (1974) planteó como componentes del signo tres elementos: representamen, interpretante y objeto; a éstos componentes los llamó “Tricotomía”



Fuente: elaboración propia, con base en Pierce (1974)

Representamen:

Es el significante, la idea material del signo, la forma cómo se manifiesta; puede ser percibido por cualquiera de los sentidos del ser humano.

Interpretante:

Es el significado, la idea o concepto mental que evoca el significante. Este va a estar condicionado y determinado por las características culturales de quienes lo utilicen.

Objeto:

Es el referente, la realidad física o mental a la cual alude un mensaje. Denotación del signo.

2.3.2. Los significados de un signo

Todo contenido, discurso o referencia tiene connotación, que es lo que le da su significado y le atribuye valores. Todo discurso puede convertirse en un signo. Barthes analiza el sistema de medios y el mundo de las imágenes, aportando su instrumento metodológico para obtener la expresión connotativa, para esto Barthes (1964) lo divide en dos niveles:

Denotativo: es el nivel primario, objetivo. Es lo que se encuentra en el diccionario y que es común para todos. Es el significado de la palabra como tal.

Connotativo: son las cualidades del objeto, es el nivel más profundo, el análisis. Este es subjetivo, sugerente. Es particular por que depende de cada individuo, es decir que cada persona tendrá su propia interpretación.

En la lectura de la imagen publicitaria, Barthes propone tres niveles:

- 1) Lingüístico, son las etiquetas en una imagen, nos muestra a qué se refiere.
- 2) Denotado:
 - a) Mensaje icónico no codificado.
 - b) Esta formado por los objetos fotografiados.
 - c) Para leerlo necesitamos saber que está relacionado con nuestra percepción.
- 3) Mensaje Connotado:
 - a) La forma de lo que representa la imagen, es lo que se ve en ella.
 - b) Los colores que tiene esa imagen y que la hace diferente a otras.
 - c) Las características que lo diferencian de los demás.
 - d) La naturaleza muerta (pensar en lo que se asemeja).
 - e) Persuasión.

Con este análisis se interpretan los signos y se practican los conocimientos culturales, ciertas competencias que tiene el contexto histórico y social del que pretende comprender la imagen. La distinción entre mensaje denotado y connotado es analítica, ya que por lo regular nos enfrentamos a un análisis, que presenta signo de connotación. Barthes relaciona el Mito con la connotación.

El Mito:

- Constituye un sistema de comunicación, es un mensaje.
- Es un modo de significación.
- El mito es todo lo que justifique un discurso (las ruinas por ejemplo son un suceso de algo que aconteció).
- El mito constituye un sistema de comunicación (porque tiene una carga ideológica).

Mensaje Lingüístico

Es un lenguaje articulado escrito que podría llegar a formar parte de la imagen. En ausencia de palabras recubre siempre una "intención enigmática". Las funciones del mensaje lingüístico son:

Función de Anclaje:

- Apoya a la imagen
- Es la identificación del objeto
- Es la imagen que se proyecta

Función de Relevo:

- Se encuentra en las historietas (comics)
- Intercala el texto con la imagen
- Es la información, la significación recae sobre las palabras

2.4. Significado de los colores

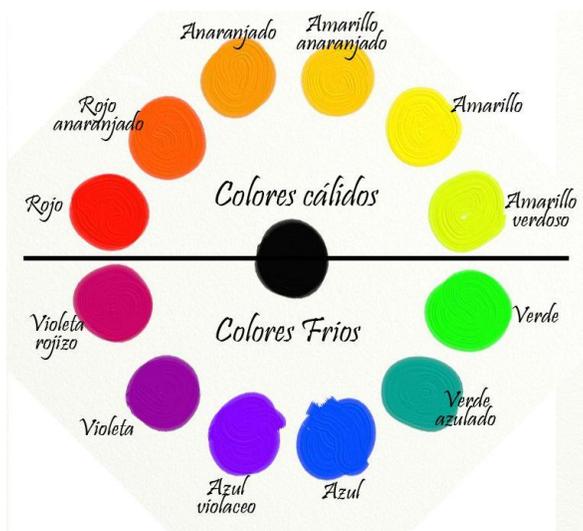
La percepción del color es utilizada en la comunicación y la publicidad. Los colores se conforman en el cerebro a partir de la decodificación de las señales que emite la luz de los objetos, despiertan respuestas emocionales en las personas. Es un tipo de lenguaje capaz de evocar sensaciones de placer, bienestar, inquietud o vitalidad. El color genera sensaciones e induce hacia determinados estados emocionales, y brinda sensación de movimiento.

Goethe estudió el color como el resultado de la interacción de la luz y la oscuridad y analizó su efecto en la percepción y la conducta humana. (<https://hipertextual.com/>, 2019)

- 2.4.1. **Blanco.** Se encuentra en el extremo de la gama de los colores grises. Además el color blanco tiene un significado de iluminación que destaca el grado de pureza de su aplicación; expresa paz, limpieza, humildad.
- 2.4.2. **Negro.** Se localiza en la escala de grises. Es el emblema del silencio, del enigma y, consigue simbolizar perversión y maldad. También concede aristocracia y distinción, sobre todo cuando es lustroso.
- 2.4.3. **Gris.** Representa la indecisión y la separación de energía, expresa duda y melancolía profunda. Los colores metálicos tienen una imagen radiante, adoptando las cualidades de los metales que representan.
- 2.4.4. **Amarillo.** Significa energía, es muy luminoso, cálido, ardiente y expansivo. Es el color de la creatividad porque estimula los pensamientos.
- 2.4.5. **Naranja.** Posee potencia activa, resplandeciente y vehemente. Tiene un carácter placentero, caluroso, dinámico, brinda energía positiva.
- 2.4.6. **Rojo.** Representa la fuerza, es el tono de la sangre, de la efusión, de la potencia bruta y del fuego. Está unido al principio de la vida, la honestidad, la virilidad. El color de gama roja es el emblema del calor ardiente y desborda la sensualidad y la pasión.
- 2.4.7. **Azul.** Significa la profundidad. Es inmaterial e imperturbable, suscita una predisposición favorable. La impresión de tranquilidad. Enuncia armonía, afecto, fidelidad, impavidez, sosiego y posee la virtud de crear la ilusión óptica de retroceder. Este color se asocia con el firmamento, el oceano y el aire.
- 2.4.8. **Violeta.** Es el color de la templanza, de la lucidez y de la reflexión. Es místico, melancólico y podría representar también la introversión.
- 2.4.9. **Verde.** Es la coloración del incremento, de la transformación y del renacimiento. Se asocia a la salud, a la naturaleza, la frescura y la paz. Favorece la resolución de problemas, la libertad, la sanación y la tranquilidad.

2.4.10. **Rosa.** Personifica el encantamiento y la cortesía. En marketing se asocia al mundo infantil o al romanticismo. Simboliza lo tierno o lo pequeño. (<https://hipertextual.com/>, 2019)

2.4.11. Colores cálidos y fríos:



(pinterest.com/pin/626141154420727533/, s.f.)

2.5. Pokemon

Pokemon es una franquicia de videojuegos, la cual fue creada en 1995 por Satoshi Tajiri para la empresa de juguetes Creatures Inc. y distribuido para Nintendo. El éxito del videojuego fue tan grande que abarcó diferentes géneros y campos de entretenimiento como una serie de anime, manga, gran variedad de artículos de colección, cartas, muñecos, etc.

La palabra Pokémon es una palabra latina que tiene su origen japones, siendo la abreviatura de Poketto Monsutra, que en inglés se traduce como Pocket Monsters. La traducción es “Monstruos de bolsillo”, lo cual brinda su significado a los Pokémon; son criaturas que se almacenan en Pokebolas, las cuales caben en el bolsillo. Al traducir la palabra Pokemon del inglés al español se agrega la tilde en la ‘e’, dando origen al nombre del juego.

Cuando Tajiri era joven, uno de sus pasatiempos favoritos era la colección y recolección de insectos que encontraba en los bosques cercanos a su vivienda.

Al pasar el tiempo los bosques fueron destruidos y Tajiri se fue a estudiar a la ciudad de Tokio, pues su padre quería que fuese ingeniero; pero a él no le agradaba la idea de estudiar, más bien se dedicaba a sus pasatiempos favoritos como a los videojuegos.

Tajiri trabajó como jugador de prueba de algunos juegos para revistas, donde hizo amistad con su compañero de juego Ken Sugimori. Trabajó en un juego de rompecabezas llamado Mendel Palace (conocido en Japón como Quinty), el cuál dio origen a que él creara su propia empresa.

En 1989 creó la revista de videojuegos Game Freak. Tajiri quiso crear algo innovador para las consolas de videojuegos existentes, y tuvo la idea de crear un juego donde se pudiera transferir información de una consola a otra. Influenciado por las sagas de videojuegos existentes, como Dragon Quest y Final Fantasy.

Asoció la idea de la metamorfosis y creó un RPG en donde los monstruos podían evolucionar y ser transportados de una consola portátil a otra. El proyecto fue enviado a Nintendo, quien aprobó su desarrollo. Mientras Tajiri era el que tenía la idea principal, su compañero y socio Sugimori se encargaba de los diseños de los monstruos. Recibieron consejos del creador de Mario Bros (Shiger Miyamoto) para mejorar el juego.

En ese momento el nombre por el cual se conocía el juego era Capsule Monster. La producción del proyecto tuvo una duración de 5 años. La consola de Game Boy tuvo un declive por falta de ideas para la creación de nuevos juegos de consola portátil. La revista creada por Tajiri y su amigo tuvo problemas económicos como carencia de acciones y recursos, esto hizo que esta entrara en jaque.

El proyecto de Tajiri fue renombrado en febrero de 1996 y se lanzó al mercado con el nombre de Pocket Monsters Aka and Midori ("Red and Green"). El juego adquirió éxito después del año de su lanzamiento, con la venta de un millón de copias. Nintendo al darse cuenta del éxito decidió enviar la serie a occidente, el nombre del juego fue abreviado a Pokémon, porque ya existía una serie de Mattel conocida como Monster in my pocket.

Los primeros juegos de pokemon Red and Blue fueron un gran éxito en los Estados Unidos, con una venta de más de 2 millones de copias, solamente la primera semana del lanzamiento. En Japón se hizo famoso el slogan ¡Vámos a conseguir Pókemon! En Estados Unidos la frase “Gotta catch’em all”, en hispanoamérica como “Atrápalos ya”, en España como “¡Hazte con todos!”.

2.6. Videojuego Pokemon

Para conocer el videojuego se presenta un bosquejo de los antecedentes del origen de los personajes Pokémon. El japonés Satoshi Tajiri tuvo la inspiración de crear un videojuego como un sueño que tuvo desde niño y su pasión era ser coleccionista de insectos y observar su comportamiento. A raíz de ésta pasión hace sus primeros bocetos y crea el juego para coleccionar criaturas, las cuales a su vez se podrían usar en combate con otros jugadores que se encuentran localizados en un mundo virtual.

A sus criaturas las llamó “monstruos de bolsillo”, porque el jugador podría atraparlas en unas bolas especiales, las cuales caben en la mano y así poder llevarlas dentro del bolsillo del pantalón o en una mochila. La primera generación se llamó “Pocket Monsters” y para hacer el nombre más corto se unió las dos palabras, quedando así Pokémon. La primera generación que llegó a Japón se llamó Pokémon Red y Green; y dos años más tarde los juegos llegaron al resto del mundo como Pokémon Red y Blue.

En 1997, el juego fue tan exitoso; que nació la serie animada con el personaje principal Ash Ketchum y su fiel pokémon Pikachu. En 1998 salió una adaptación de Pokémon Red/Blue que fue llamada Yellow, inspirada también en la misma serie animada. Después de 18 años ha ganado tanto éxito que la saga Pokémon cuenta con más de 50 juegos en diferentes y variadas plataformas de Nintendo a nivel mundial.

Pokémon es un juego que se basa en el combate por turnos, en el cual los jugadores disfrutan de la acción, la velocidad y la simplicidad; así como de un alto nivel de fantasía. Hoy en día existen más de 700 personajes de pokémon y se ha alcanzado un éxito tan grande que la producción ha inventado siete generaciones de personajes.

La primera generación fue Pokémon Red, Green, Blue y Yellow. La segunda generación es Pokémon Gold, Silver y Crystal. Tercera generación Pokémon Ruby y Sapphire. Cuarta generación Pokémon Diamond and Pearl. Quinta generación Black and White. Y la sexta generación Pokémon X y Y. En la séptima generación de la saga los juegos pasan a ser tridimensionales, animados y llenos de color; los cuales se llaman Pokémon Sun y Moon.

Esto significa que habrá nuevos personajes, aventuras nuevas, mapas que recorrer, ya que Nintendo siempre está a la vanguardia. Para acceder al videojuego Pokémon, se debe disponer de una línea para internet se procede a activar la aplicación on line en el celular y de esta manera facilita la disponibilidad del videojuego en todo momento y lugar. (Marín, s.f.) El Pokémon Trading Card Game es de cartas coleccionables (el cual existió también en versión real y física como en videojuego. Lo que es Pokémon Puzzle fue una experiencia adicional, pero no superó a los portátiles.

2.7. Pokemon Go

Es una aplicación gratuita para smartphones que desarrollada por Niantic Inc, para dispositivos iOS y Android, en unión con The Pokemon Company y Nintendo. Ésta aplicación es un videojuego gratuito que contiene microtransacciones. La aplicación hace uso de la realidad aumentada, utilizando la cámara del dispositivo, y la geolocalización, por medio del GPS del mismo para ubicar al jugador y que este pueda buscar en su propio entorno las criaturas.

El juego radica en investigar y capturar protagonistas de la saga Pokémon, y se encuentran ocultos en sitios del mundo real y hay que pelear con ellos, lo que involucra trasladarse físicamente por las arterias de la ciudad para avanzar; el rumbo de ésta aplicación se halla en la interacción social, ya que promueve reuniones físicas de los usuarios en distintas ubicaciones de las poblaciones del mundo.

2.7.1. Origen e Historia del mundo Pokémon

La teoría es que dependemos de los pokémon, porque ellos son los creadores de la tierra. Cuando el mundo empezó era un caos, la masa del universo estaba comprimida sometida a altas temperaturas. Allí se encontraba un huevo que vendría a ser la representación simbólica del comienzo de la vida en este mundo; de éste huevo nació



Arceus
Fuente: Pokémon Wiki - Fandom

Arceus provocando una gran explosión y con ello la expansión del universo.

Este enigmático pokémon dió forma al cosmos, gracias a sus mil brazos; así mismo dio vida a otros pokémon, para que le ayudaran a construirlo. Esta es la razón por la que los pokémon son los creadores de este mundo.

Empezó por Mew, ancestro de todos los pokémon, cuyo ADN contiene el código genético de todos ellos, por lo que es capaz de usar cualquier técnica. Y ambos pokémon estuvieron presentes en el proceso de formación.

Después de esto nacieron simultáneamente Dialga, que es creador y guardian del tiempo, capaz de controlar el flujo de éste con cada uno de sus latidos; y Palkia, su eterno rival y creador del espacio, así como de las dimensiones a las que da estabilidad con su respiración.



Dialga y Palkia
Fuente: mecha-japan.com

Se dice que si ambos pokémon se enfrentaran en el límite de sus dimensiones (es decir en la grieta temporal), se desatará un enorme cataclismo que provocará la destrucción del universo. A modo de mediador apareció Giratina, capaz de controlar la antimateria y de intervenir entre ambos si fuera necesario, debido a su aterrador aspecto se pensó que este pokémon había sido desterrado por su violencia al mundo.

Se cree que él mismo creó un mundo de distorsión, en una dimensión en la que ni el espacio ni el tiempo existen y cuyas leyes desafían el sentido común; para apartarse de todo ser viviente y así no se diera un choque entre la materia y la antimateria. El mundo en ese entonces se puso demasiado hostil; frente a esto nacieron Kyogre, Groudon y Rayquaza, para poner en orden el planeta.



Kyogre, Rayquaza y Groudon

Fuente: Facebook

Kyogre, se encargó de crear los océanos, lagos y mares, teniendo en cuenta que el agua es nuestra fuente natural de vida, con esto se puede ver la encomiable tarea de este majestuoso pokémon. Groudon, se encargaría de los continentes y masas de tierra firme. Rayquaza, encargado del cielo y sus cambios atmosféricos.

Con esta leyenda observamos que ellos son los verdaderos constructores de todo lo que se puede observar en el mundo. Sin embargo Groudon y Kyogre fueron demasiado impetuosos y pelearon por conquistar todo lo construido. Rayquaza siendo el más poderoso de los tres, descendió de los cielos poniendo fin al conflicto; desde entonces se ha encargado de que ambos pokémon convivan en armonía.

En el centro del planeta tras la obra de Groudon, quedaron materias a muy altas temperaturas y de las cuales surgió Heatran, un pokémon preparado para ese habitat tan extremo, vive en lo más profundo de los volcanes y puede hacer que entren en erupción; por lo cual se le otorga el título de guardián de los volcanes.



Heatran

Fuente: pokemonpets.com

Se dice que dicha antimateria separada durante la creación del universo fue alcanzada por un virus alienígena, que vagaba por el espacio y tras una explosión un meteorito entró en contacto con la atmósfera terrestre, dando lugar a Deoxys.

Más tarde Arceus decidió crear a Ho-Oh como la representación del sol, protector de los cielos y viva imagen del arcoíris. Y a Lugia, como símbolo de la luna y guardián de los mares y las tormentas. En consecuencia le dio vida a Cresselia, relacionado con la luz y los sueños. Y a Darkrai, relacionado con la oscuridad y las pesadillas.

La masa de tierra y mar resultante de la creación de Groudon y Kyogre era demasiado basta e irregular, y Arceus se vio en la necesidad de crear a Regigigas, quien gracias a su tremenda fuerza movió los continentes. Con arcilla, hielo y marmol, dio vida a los tres reyes: Regirock, Registeel y Regice.



Xerneas e Yveltal

Fuente: Wikipedia

Tras ello se retiró a unas viejas ruinas en donde cayó en un sueño profundo del que no despertaría hasta que sus creaciones necesitaran ayuda.

Una vez creado el entorno, el clima y circunstancias donde se desarrollaría la vida, sería el turno de crear la propia vida, el conjunto de seres que conformarían el planeta, por ello Arceus decidió dar equilibrio al universo y otorgó a Xerneas, el poder de la creación, por eso éste representa la vida; comparte su energía.

Cuando siente que su final está cerca, sus cuernos se iluminan y libera la energía que le queda, compartiéndola con los seres vivos cercanos a él; tras estos se transforma en un árbol marchito situado en el centro de un bosque.

Yveltal, el poder de la destrucción, representa la encarnación de la muerte y le arrebató la energía a Xerneas. Cuando su vida se extingue, extiende sus alas y las plumas de su cola, emitiendo un brillo carmesí que succiona la energía vital de todo cuanto lo rodea, acumulando energía para sí mismo; para posteriormente transformarse en una crisálida y ocultarse en lo más profundo de las montañas.

En caso de que el ecosistema se encontrara en peligro se dice que aparecería Zygarde, es un pokémon que le fue entregada la capacidad de poder dividirse en diferentes células con las que puede fusionarse posteriormente revelando su poder secreto, para así mantener el equilibrio de todo el mundo.

Y así surgió la vida en el planeta, en el mar aparecieron pokémon como Omanyte, Kabuto, Lileep, Relicant, Tirtouga. Del mismo modo nació Manaphy el príncipe del mar que se encargaba de cuidar los océanos que Kyogre había creado, conservando el orden y la serenidad. Luego fueron apareciendo muchos más pokémon acuáticos y así se llenó el mar.

En tierra firme aparecieron Shaymin y Celebi, para conservar la naturaleza, lo que permitiría que varios pokémon abandonaran los océanos y habitaran la tierra. Celebi, es el guardián del bosque y dió lugar a las estaciones del año, es capaz de viajar en el tiempo. Luego aparecieron Aerodactil, Anorith, Cranidos, Sheldon, Genesect, Tyrunt Y Amaura.



Shaymin en sus 2 primeras evoluciones

Fuente: Pokemon Wiki - Fandom

Millones de años después apareció la vida humana, se cree que Arceus intervino en nuestro desarrollo. En vista de la maldad de los humanos fue creado el trío legendario para que así los humanos pudieran vivir en paz y armonía junto a los pokémon. Uxie brinda el sentimiento de la emoción. Mesprit, encargado de brindar la sabiduría. Azelf, el cual brinda la voluntad. Jirachi tiene el don de cumplir cualquier deseo.

Con el paso de los años los pokémon y los humanos fueron evolucionando en lo referente a los valores, así como a tener una buena salud moral. Aprendieron a vivir en equilibrio entre sí, se ayudaban porque estaban unidos y trabajaban en conjunto.

Todo esto dió lugar a las diferentes regiones que hoy conocemos, entre ellas se encontraba Hoenn; cuentan que cayó un meteorito en la superficie, dando lugar a la ciudad de Arrecópolis, como la corteza se fracturó liberó una energía que despertó a Groudon y Kyogre. Esto provocó lo que se conoce como una regresión primigenia, haciendo que ambos pokémon lucharan por una semana, poniendo en peligro la vida de los seres vivos de la región y sus habitantes suplicaron para que esto terminara.

Desde lo alto de los cielos descendió Rayquaza quien experimentó un cambio hasta ahora desconocido, que es la mega evolución.

Contemporáneo a esta catástrofe fue la guerra que tuvo lugar en Kalos, el rey contrario a esta batalla terminó perdiendo lo que más le importaba, que era su compañero y buscó la forma de devolverle la vida; por lo que construyó una máquina y utilizando el poder de Xerneas y Yveltal, revivió a su amigo, por este favor le concedió a ambos pokémon el don de la vida eterna.

Cegado por la rabia y el sufrimiento transformó la máquina en un arma mortal, que disparó un rayo y eliminó todo rasgo de vida que pudiera existir, por todo el daño que habían causado. El pokémon al descubrir lo que el rey había hecho lo destinó a vagar por sus pecados. Se cree que dicho rayo de luz chocó con los diferentes tipos de piedra dando lugar a las megapiedras y así el primer pokémon que logró transformar en ondas energéticas los sentimientos de su entrenador, utilizando el poder de éstas piedras fue Lucario, el cual es el guardián del aura.

El origen de la región de Teselia tiene lugar en la amistad entre dos gemelos y un poderoso pokémon, con el fin de vivir en paz y armonía. Pero los gemelos decidieron dividir su camino, uno de ellos buscaba la verdad absoluta y el sentido de la existencia; mientras que el otro perseguía los ideales de la vida y presentaba una perspectiva menos absolutista del mundo.

Como consecuencia de esto nacieron Reshiram y Zekrom, representando a cada uno de los gemelos, estos se enfrentaron y redujeron la región a cenizas; los humanos los separaron y quedó una cáscara la cual dio origen a Kyurem, tiene la capacidad de absorber el poder de Reshiram y Zekrom.

En la región de Johto se encuentran los pokémon Ho-oh, que vivía en la torre Campana, y Lugia, que vivía en la torre Latón. Estas dos torres fueron creadas por los humanos, hubo una gran tormenta y un rayo cayó y quemó la torre Latón, quedaron atrapados tres pokémon y murieron.

Ho-oh decidió emplear su poder para revivirlos dándoles una nueva forma, una nueva identidad y de esta manera pasaron a ser los tres perros legendarios: Raikou, representa el rayo que incendió la torre; Entei, representa las llamas que consumieron la torre; y Suicune, representa la lluvia que apagó el fuego a nivel simbólico.



Raikou, Entei y Suicune
Fuente: PicClick



Articuno, Zapdos y Moltres
Fuente: rankedboost.com

Lugia por su parte se trasladó a las islas remolino, era el guardian de las tres aves legendarias responsables de las estaciones: Articuno, es el ave del frío; Zapdos, es el ave de las tormentas; y Moltres, es el ave del calor.

Las tres aves se enfrentaron y Lugia al ver esto decidió intervenir, dejando a los humanos un instrumento musical para que se pudieran comunicar con él; para detener otra lucha futura. Cuando el ser humano vivía en tiempos de oscuridad Arceus creó a: Latios y Latias, protectores de los cielos y procuradores en nuestro progreso.

Elementos del mundo Pokémon

- 1) Ash Ketchum: Es el protagonista del anime de Pokémon, proveniente del pueblo Paleta, donde vivía con su madre y un Mr. Mime. Cuando cumplió 10 años recibió a su primer Pokémon, Pikachu, del profesor Oak, y comenzó su viaje para convertirse en maestro Pokémon, luchando en gimnasios para obtener medallas y poder participar en las ligas de cada región a la que viaja



Ash Ketchum
Fuente: pokemon.fandom.com

- 2) Pokebolas: Son utilizadas para capturar a los pokémon, éstas poseen una misteriosa energía para introducir a la criatura en el interior de la misma y así se puedan transportar más fácilmente. Esta es la razón por la que se les llama “mounstruos de bolsillo”. Para capturar a un pokémon y lograr introducirlo en la pokéBalls, se debe de tener un combate para debilitarlo y luego intentar capturarlo.



Pokebola
Fuente: CompraMais.net

Cuando se le arroja la pokéBall, ésta entrará en un estado de incertidumbre, donde el pokémon puede luchar por salir o quedarse para ser capturado por el entrenador. Cuando un pokémon es capturado queda a disposición del entrenador, éste puede salir y ser devuelto a su pokéBall; se puede dar el caso de que el pokémon sea testarudo y no quiera entrar en la misma, también existe la posibilidad de que escape.

- 3) Regiones: El mundo Pokémon se compone de varios lugares diferentes, de entre los cuales destacan las regiones, que no son más grandes que un país, pero son terrenos lo suficientemente extensos para considerarlo como una región específica, que incluyen pueblos, rutas, etc. Las primeras 3 regiones que se conocieron del mundo Pokémon son Kanto, Johto y Hoenn.
- 4) Generaciones: Estas se determinan por un conjunto de videojuegos de Pokémon, lanzados en fechas muy cercanas entre sí, en los cuales se presentan un número determinado de nuevos pokemon y que pertenecen a una nueva región del mundo pokémon.

2.8. ¿Qué son los Pokémon?

2.8.1. Los monstruos del bolsillo

Los pokémon son criaturas ficticias las cuales dependen de la especie y tipo al que pertenecen. Tienen rasgos físicos y específicos de animales, plantas, fantasmas, rocas, criaturas míticas y mitológicas orientales, otros inspirados en cosas inanimadas y legendarias. Estos personajes poseen poderes fantásticos, tienen movimientos y habilidades para defenderse en un combate.

Viven en cualquier tipo de entorno, son libres, pueden convivir con humanos y hasta ayudarlos.

Los pokémon mantienen una buena relación con sus dueños, los seres humanos toman como sus mascotas y los utilizan para protegerse de pokémon salvajes. Algunos son utilizados para realizar tareas domésticas o cualquier tipo de trabajo. Aunque la finalidad de un pokémon es ayudar a su dueño en un combate, a ganar puntos o a adquirir a otros pokémon.



Fuente: Amazon.es

El dueño del pokémon es su entrenador, éste puede medir su potencial y sus cualidades en un combate y ayudarlo a ser más fuerte o incluso a evolucionar.

2.8.2. Pokémon por tipo

Se le llama tipo a los atributos elementales especiales que determinan las ventajas y las debilidades de cada especie de pokémon. Y dan lugar a un complejo juego similar a “Piedra, papel y tijera”. Todas las ventajas y desventajas están basadas en el sentido común, por ejemplo: el tipo fuego es débil ante ataques de tipo agua.

Cada pókemon tiene una cantidad determinada de movimientos o ataques que puede aprender. Estos se pueden clasificar por su tipo o elemento, por ejemplo: el ataque trueno, es un ataque tipo eléctrico.

Los pókemon también se ordenan y dividen de esta manera, dándole ventajas contra otros. Por ejemplo: un pókemon tipo agua tiene más probabilidad de vencer a un pókemon tipo fuego, que uno tipo planta; y los ataques de tipo agua apagan el fuego, mientras que los ataques de tipo fuego queman las plantas. Las plantas por su parte crecen con el agua, ésta no les causa mucho daño.

#	Pokémon		Tipo(s)	
001		Bulbasaur		
002		Ivysaur		
003		Venusaur		
004		Charmander		
005		Charmeleon		
006		Charizard		
007		Squirtle		
008		Wartortle		
009		Blastoise		
025		Pikachu		
026		Raichu		
129		Magikarp		

130		Gyarados		
133		Eevee		
134		Vaporeon		
135		Jolteon		
136		Flareon		
144		Articuno		
145		Zapdos		
146		Moltres		
147		Dratini		
148		Dragonair		
149		Dragonite		
150		Mewtwo		
151		Mew		

Listado de algunos pokémon y sus tipos de la primera generación.
Fuente: pokemon.fandom.com

En la lista de los tipos de Pokémon se encuentra la clasificación:

1. La numeración, cubre todas las especies en orden similar al de su aparición.
2. Los primeros 151 pokémon, introducidos en pokémon rojo, azul y amarillo tienen los números de la pokedex de Kanto, que son también los 151 primeros números de la pokedex nacional.

También se presentan los grupos huevo, que en la crianza pokémon determinan qué especies son compatibles para poner un huevo, aunque hay excepciones por ejemplo: los pokémon legendarios son asexuados, salvo a excepciones, y Ditto puede criar con todos.

Grupos Huevo						
 Campo	 Planta	 Bicho	 Dragón	 Agua 1	 Agua 2	 Agua 3
 Monstruo	 Volador	 Humanoide	 Hada	 Amorfo	 Mineral	 Desconocido

Lista de los distintos grupos huevo de Pokémon, con un ejemplo de cada uno. Fuente: pokexperto.net

Existen 18 tipos de Pokémon, los tipos acero y siniestro fueron agregados en el año 2000, en los juegos gold, silver y cristal, y el tipo hada fue agregado en el año 2013 en los juegos Pokémon X and Y.

2.9. Pokémon Legendario

Un Pokémon legendario es una criatura rara y que destaca por su poder único y más fuerte respecto al resto de los Pokémon. La idea de los Pokémon legendarios surge más como una mitología para explicar el origen del mundo Pokémon y cada uno de ellos tiene una representación mítica. Son destacables debido a que su obtención es muy difícil y además son raros de encontrar.

La primera presentación que tuvieron en la aplicación Pokémon Go fue días antes del primer evento en vivo que fue Pokémon Go Fest en Chicago el 22 de julio de 2017.

Los Pokémon legendarios no pueden defender a los gimnasios propios, pero pueden luchar contra gimnasios enemigos. La tasa de captura de la base para Pokémon legendario es del 4% y disminuye hasta un 2% para los más raros, pero esta probabilidad puede ser aumentada hasta un 22% si se combina un buen lanzamiento en el momento preciso y el uso de bayas que aumentan la probabilidad de captura.

Y la distancia de los pokémon legendarios como compañero Pokémon, es de 20 km por un caramelo. Las Raids Ex, son especiales ya que se dan solo por invitación y ocurren en gimnasios patrocinados en parques.

Previamente a que se realice una incursión (es un evento que tiene lugar en un gimnasio, donde aparece un pokémon con sus características extremadamente altas, que da la oportunidad a grupos de entrenadores de enfrentarse a él y de capturarlo con sus características normales si es vencido) legendaria, se puede observar un huevo de color plateado, siendo incubado sobre el gimnasio, con un contador de tiempo que al finalizar da inicio a la incursión.

Cada incursión dura una hora, en esa hora se tienen oportunidades ilimitadas para vencerle, pero sólo una oportunidad para atraparlo en el caso de que sea vencido. (<https://nianticlabs.com/es/>, s.f.) (Zonaforo, s.f.)



Huevo de incubación de
Raid legendaria en
Pokémon Go
Fuente: Centro Pokemon

Clasificación de los pokémon legendarios

Generación	Pokémon Sub-Legendarios	Pokémon Legendarios	Pokémon Míticos
I	Articuno Zapdos Moltres	Mewtwo	Mew
II	Raikou Entei Suicune	Lugia Ho-Oh	Celebi
III	Regirock Regice Registeel Latias Latos	Kyogre Groudon Rayquaza	Jirachi Deoxys

Cuadro que clasifica a los pokémon legendarios según su rareza y su generación de las primeras 3 generaciones.

Fuente: Elaboración propia

- Los pokémon sublegendarios son llamados así por el código del juego, pues en ellos, estos pokémon no tienen ninguna restricción en cuanto a su uso en combates.
- Los pokémon legendarios son llamados así por el juego, debido a que poseen una restricción a su uso en distintos tipos de combates. Por lo general suelen ser las mascotas que aparecen en las portadas de los videojuegos de Pokémon. Sus características casi siempre son más elevadas que las de los pokémon sublegendarios.
- Los pokémon míticos hacen referencia a aquellos que únicamente pueden ser obtenidos en los juegos mediante eventos. No son necesarios de obtener para completar la pokedex, y no se pueden intercambiar o utilizar en combates competitivos.

2.10. Historia de la aplicación Pokémon Go.

El 1 de abril de 2013, el significado de Pokémon Go apareció como una burla del día de los inocentes. Pokémon Company en ayuda con Google Maps informó la eventualidad de escudriñar Pokémon por los mapas de Google Maps, a la redonda del mundo con el fin de aprisionar a los 720 pokémon. Bastaba con recorrer los mapas buscando en biomas similares a los Pokémon que se quisiera capturar.

Esta burla selló el 2 de abril del 2013, sin embargo, al ver la contestación que asumió por parte de los consumidores, sirvió de base para el proceso del juego *Pokémon Go*.

El 4 de marzo de 2016, Niantic anunció una beta exclusiva para Japón que comenzó a finales de ese mes, permitiendo así que los propios jugadores refinasen el juego antes de su lanzamiento. La fase beta se expandió a continuación a otros países. El 7 de abril se anunció que la beta sería accesible desde Australia y Nueva Zelanda.

A continuación, el 16 de mayo, Estados Unidos tuvo acceso al campo de pruebas. El 27 de junio, The Pokémon Company anunció que el proceso de pruebas terminaría el 30 de junio.

El martes 5 de julio, el universo virtual sacudió con el lanzamiento del juego, por la cual los fanáticos usuarios de habla hispana descargaron una versión filtrada del juego porque se programó inicialmente para las áreas de Australia y Nueva Zelanda con únicos . Después de Varias horas, los usuarios que lo descargaron se encontraron con que el juego ya no trabajaba, la aplicación fue bloqueada en todo el mundo, esto por la cantidad inmensa de usuarios. Después de día y medio de esta primera caída del servidor, el juego volvió a funcionar, esta vez para los países de Australia y Nueva Zelanda.

2.11. Lógica del juego

Es una aplicación gratuita para smartphones que fue desarrollada por Niantic Inc, para dispositivos iOS y Android, en unión con The Pokemon Company y Nintendo. Ésta aplicación es un videojuego gratuito que contiene microtransacciones. La aplicación hace uso de la realidad aumentada, utilizando la cámara del dispositivo, y la geolocalización, por medio del GPS del mismo para ubicar al jugador y que este pueda buscar en su propio entorno las criaturas.

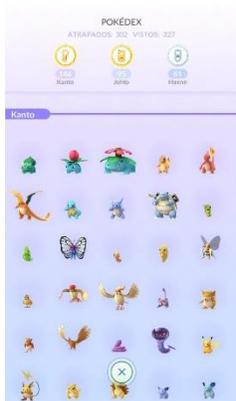
El juego radica en investigar y capturar protagonistas de la saga Pokémon, y se encuentran ocultos en sitios del mundo real y hay que pelear con ellos, lo que involucra trasladarse físicamente por las arterias de la ciudad para avanzar; el rumbo de ésta aplicación se halla en la interacción social, ya que promueve reuniones físicas de los usuarios en distintas ubicaciones de las poblaciones del mundo.

Las calles del mundo real brotan simbolizadas en Pokémon Go en forma de mapa, con el prototipo el lugar donde se encuentra el jugador. Adicional, el mapa completa diferentes Pokeparadas (Pokéstops) y Gimnasios, que consisten en museos, infraestructuras artísticas, monumentos, lugares atractivos, etc.



Ejemplo de una porción del mapa en la aplicación.
Fuente: Soy de Zaragoza (Página Web)

Por lo general los gimnasios se encuentran en lugares accesibles para los usuarios.



Pantalla de pokedex.
Fuente: Twitter

A medida que se van capturando diferentes Pokémon se va completando la Pokédex, que es la enciclopedia donde se listan cada una de las especies de Pokémon que pueden ser obtenidas en el juego, las cuales pertenecen a la primera generación, segunda generación o tercera generación de la saga.

Otra meta es preparar a los Pokémon para que ganen batallas frente a otros usuarios, por medio de la crianza de los Pokémon para aumentar su poder de combate.

Mientras el usuario o entrenador Pokémon habilita la cámara de su teléfono, se logra hallar con una retrato virtual de un Pokémon la cual está superpuesta delante la escena real tras la imagen de la lente de la cámara.

Para aprisionar los personajes, se manipulan Pokebolas. Ésta es una de las particularidades por la que se piensa que el juego se fundamenta en la realidad aumentada ya que consiente ver la realidad mezclada con elementos de ficción a través de un teléfono inteligente.

Los caramelos se utilizan para la crianza de los Pokémon en el juego y trabajan así: cada vez que se apresca a un Pokémon se dan tres caramelos (esto es de un Pokémon específico), actualmente si se conoce de una versión evolucionada se obtienen cinco caramelos.



Caramelo raro.
Fuente: Vandal

También se logra conseguir caramelos en los huevos Pokémon, esto es mientras el usuario se traslada, llevando un huevo en una incubadora, que al completar la distancia requerida eclosionará y dará al usuario un Pokémon específico, dependiendo del tipo de huevo. Los huevos se pueden obtener al girar una pokeparada, si se tiene espacio para huevos Pokémon disponible.

Otra manera de conseguir caramelos es teniendo un compañero pokémon con el que se marcha, y a cada cierta distancia se obtiene un caramelo, dependiendo del tipo de Pokémon. Al pegar el polvo estelar y los caramelos esto accede al usuario incrementar de nivel a un pokémon. Se necesita obtener muchos caramelos para evolucionar a cada pokémon y así pasar a su siguiente estado. El polvo estelar sirve para subir de nivel los puntos de combate de un pokémon y la única manera de conseguirlo es capturando pokémon.

Equipos

Cuando un jugador alcanza el nivel 5, se le obliga a elegir a cuál equipo desea pertenecer, entre los cuales se encuentran:

- Equipo Valor: Su líder es Candela, y está representado por el color rojo. Su pokémon insignia es Moltres, una de las aves legendarias de la primera generación..
- Equipo Sabiduría: Su líder es Blanche, y está representado por el color azul. Su pokémon insignia es Articuno, otra de las aves legendarias de la primera generación.
- Equipo Instinto: Su líder es Spark, y está representado por el color amarillo. Su pokémon insignia es Zapdos, la última de las aves legendarias de la primera generación.



Equipos de Pokémon Go y sus líderes
Fuente: peru21.pe

En Pokémon Go, los equipos son una parte importante del juego, ya que los jugadores que pertenezcan al mismo equipo deben trabajar en conjunto para tener el control de los gimnasios, y obtener bonus de recompensas en incursiones, al pelear juntos.

Gimnasios

Los gimnasios en Pokémon Go son la manera en la que los jugadores pueden utilizar sus pokémon para competir contra otros jugadores, ya sea de su mismo equipo o de otro. También son la única forma gratuita de obtener pokemonedas, lo que los hace valiosos y que los jugadores peleen por tener el control de ellos.

Para tener un gimnasio bajo control es necesario vencer a los pokémon de los equipos rivales (si los hubiera), y cuando el gimnasio no tiene algún color de equipo, se puede asignar un pokémon propio para que lo defienda. Por cada 10 minutos que un pokémon propio esté defendiendo un gimnasio se ganará 1 pokemoneda. La cantidad máxima de pokemonedas obtenibles por este medio al día es de 50 pokemonedas.

Al principio en los gimnasios se permitía colocar a un mismo pokémon varias veces, esto era uno por persona y el nivel máximo que el gimnasio podía alcanzar era de diez, almacenando un pokémon por nivel. Cuando los jugadores del mismo equipo batallaban en el gimnasio se aumentaba el nivel del mismo, considerándolo como un entrenamiento; pero se dieron cuenta que se reunían varios de una misma especie.

Luego esto cambio y ahora en cada gimnasio solo puede haber un pokémon de cada tipo, por equipo, para que exista una mayor variedad. Y solamente pueden combatir un máximo de seis pokémon por gimnasio.

Para mantener a un pokémon en un gimnasio se le debe de alimentar con bayas, con las cuales se aumenta la motivación del Pokémon. Esta motivación se ve reflejada en los puntos de combate con los que peleará el Pokémon para defender el gimnasio. Cada pokémon al entrar a un gimnasio aparece con el 95% de sus puntos de combate, pero a medida que pasa el tiempo su motivación va disminuyendo. La motivación del Pokémon también disminuye si éste es derrotado en batalla por un jugador de otro equipo, diferente al del dueño del pokémon. (<https://nianticlabs.com/es/>, s.f.)



Gimnasio dominado por el equipo azul
Fuente: tuexpertoapps.com

Los pokémon legendarios, en Pokémon Go, sólo son obtenibles por derrotarlos en los llamados Raids (debido al nivel de medalla que se tiene en el gimnasio aumenta o disminuye la probabilidad de recibir una invitación al Raid Ex). Una vez derrotados, los entrenadores tendrán la oportunidad de capturar a los pokémon raros y poderosos como lo harían con un Raid Boss normal (Jefe de incursión). (<https://www.youtube.com/watch?v=fles39VJ5bo>, s.f.)

Funcionalidades

Entre las funcionalidades de la aplicación se encuentran:

1. Perfil del jugador. El usuario cuenta con un avatar personalizable, el cual será su representación dentro del juego para los demás jugadores. La función de perfil es accesible desde la vista del mapa, a través del ícono que muestra el avatar del jugador, el compañero pokémon actual, el nombre de usuario del jugador y su nivel de jugador, ubicado en la esquina inferior izquierda de la pantalla.

2. Insignias. Las insignias llevan nombres de clases de entrenadores, y son asociadas a un tipo, y proporcionan bonificaciones al momento de capturar a un pokemon del tipo específico de la insignia.
3. Equipo al que pertenece el jugador. Por medio del color del fondo de perfil, y también aparece el símbolo dibujado en el fondo.
4. Nivel del jugador, y la experiencia que ha obtenido en una barra que indica su progreso en el nivel. Esta barra, al ser completada, el jugador sube de nivel, dando oportunidad al jugador de capturar pokemon más fuertes o de desbloquear objetos que le ayuden a capturarlos.

5. Compañero pokemon. El compañero Pokemon es seleccionado por el jugador para que lo acompañe mientras recorre el mundo real. Al recorrer cierta distancia, la cual varía respecto a cada pokemon, el jugador obtendrá un caramelo del tipo de dicho pokemon que lo acompaña.

6. Diario. En el diario se muestra un historial de la actividad del usuario en el juego, como capturas de pokemon, resultados de batalla, objetos obtenidos al girar una pokeparada, etc.



Fuente: WikiDex

7. Personalización del avatar. En esta opción el usuario puede cambiar la apariencia de su avatar.

8. Fecha de inicio. Muestra el día en el cual el jugador comenzó a utilizar la aplicación.

9. Total de Experiencia. Muestra la cantidad total de experiencia obtenida por el jugador, debido a que cada vez que se completa un nivel, la barra de experiencia se reinicia.

10. Tienda. Es accesible desde la pantalla del mapa tocando el símbolo de pokebola en la parte inferior central de la pantalla y seleccionando su opción en la pantalla de menú que aparece. En la Tienda se manejan las microtransacciones del juego, dando la oportunidad a los jugadores de pagar ciertas cantidades de dinero real para obtener pokemonedas, las cuáles son las utilizadas en la tienda del juego. Otra manera de conseguir pokemonedas es defendiendo gimnasios, las cuales serán otorgadas al jugador dependiendo de la cantidad de minutos que el pokemon del jugador permanezca en el gimnasio, obteniendo una moneda por cada 10 minutos.

En la tienda se pueden comprar varios objetos para ayudar al jugador, como Pokebolas, pociones para curar a sus pokemon que hayan recibido daño durante combates, revivir para restaurar los puntos de salud de un pokemon que haya sido derrotado en combate, huevos suerte para obtener el doble de experiencia durante media hora, módulos cebo para aumentar la aparición de pokemon en un pequeño radio a una pokeparada, aumento de espacio de pokemon y de mochila para cargar más pokemon y objetos respectivamente, etc.

11. Misiones. Estas se clasifican en investigaciones de campo y especiales. Las investigaciones de campo son misiones que se obtienen al girar una pokeparada, si hay espacio disponible para una nueva misión. Al completar una misión de campo se recompensará al jugador con experiencia, la aparición de un pokemon o cierta cantidad de objetos, y se obtendrá un sello, y sólo se puede obtener uno por día. Cuando se completan 7 sellos se da una recompensa, la cual consiste en la aparición de un Pokemon especial para que el jugador pueda capturarlo. Las investigaciones especiales son conjuntos de misiones, divididas por etapas, de las cuales se puede obtener un pokemon muy raro al completarlas.



Fuente: Vandal

Anime

Relata las aventuras de Ash Ketchum como entrenador con su pokémon inicial Pikachu; con el objetivo de convertirse en maestro pokémon. Los dos recorren las regiones para obtener medallas de gimnasio, para participar en la Liga Pókeon. En la actualidad Ash viaja a Alola en donde después de asistir a la Escuela Pokémon, decide participar en la liga de Alola, la cual gana. Existen siete series o sagas del anime:

- 1) Rojo, Azul, Verde y Amarillo
- 2) Oro y Plata
- 3) Rubí y Zafiro
- 4) Diamante y Perla
- 5) Negro y Blanco
- 6) La serie XY
- 7) Sol y Luna

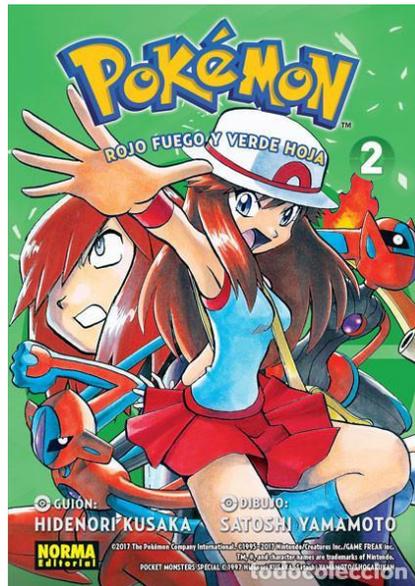
Por primera vez se habló del anime en el año 1997, cuando se pidió permiso a Satoshi y al resto de los creadores de la franquicia Game Freak, para producir una serie animada de pokémon. Se realizó un estudio para hacer una historia basada en las cosas que suceden en el juego; el encargado de la producción es el estudio OLM Incorporated (Oriental Light and Magic). Existen varios animes creados fuera de las series, como: Crónicas Pokémon, Pokémon: los orígenes y muchos otros más.



Fuente: willax.tv

2.12. Manga

Existe variedad de mangas pokémon, son originarias de Japón por Shogakukan. Tienen su base en el anime y en el juego de cartas coleccionables pokémon.



Fuente: todocoleccion.net

2.13. Relación entre Inteligencia Emocional y los Videojuegos

La realidad virtual capta la atención de los espectadores, los videojuegos están compuestos para niños, jóvenes y adultos; quienes se ven expuestos al entretenimiento virtual. Con el uso del videojuego se adquiere el gusto por el entretenimiento.

Los videojuegos toman un papel muy importante en el mundo de la salud, permitiendo ayudar a las personas. Como por ejemplo la contemplación a la aplicación Pokémon Go es utilizada como una herramienta para la depresión.

Entre todos los proyectos que fueron presentados en el II Congreso Nacional de Juegos de Salud, el fin que se persigue es fomentar el desarrollo de la inteligencia emocional de los niños. Los videojuegos hacen que sea posible que mientras las personas se divierten, puedan ser evaluadas en los aspectos psicológicos y al mismo tiempo se entrenan. La psicología ha realizado estudios sobre la relación entre inteligencia emocional y los videojuegos y los resultados que se obtienen es ser paciente, se puede relacionar con los demás con una actitud positiva.

2.14. Emociones y Sentimientos del Ser Humano

Las emociones son impulsos o reacciones automáticas que constituyen un conjunto innato del sistema de adaptación del individuo al medio ambiente. Estas tienen una duración menor que los sentimientos, e impulsan y motivan a las personas a actuar porque son cortas e intensas.

Mientras que los sentimientos son experiencias mentales de los estados del cuerpo los cuales surgen cuando el cerebro interpreta las emociones que aparecen de los estímulos externos. Estos son subjetivos y son influenciados por las experiencias personales, recuerdos y creencias. Los sentimientos forman parte del ser humano desde que éste nace, son sensoriales y con ellos se puede percibir el mundo a través de los diferentes órganos de los sentidos. Los sentimientos negativos se presentan en forma de malestar en la persona y sirven para indicar que algo no va bien. Entre estos destacan:

2.14.1. La Tristeza, la cual aparece como una respuesta a acontecimientos que se consideran que no son placenteros o no deseables.

2.14.2. La ira, es una respuesta de irritabilidad o cólera que aparece cuando la persona siente sus derechos vulnerados. La persona se siente herida, engañada o traicionada. Dichas situaciones bloquean a la persona e impiden alcanzar una meta.

2.14.3. La Frustración aparece cuando las expectativas de una persona no se ven satisfechas al no poder conseguir lo pretendido.

2.14.4. El Odio, definido como la antipatía o aversión hacia algo o alguien. Aparece un sentimiento de desear el mal para el sujeto y objeto odiado, el cual amenaza la existencia de la persona.

Los sentimientos positivos generan en la persona un estado de bienestar subjetivo, la situación se valora como beneficiosa e implica sensaciones agradables y deseables.

2.14.5. La Felicidad tiene un gran impacto en la persona, es una forma de valorar la vida y sus desencadenantes son los logros de acuerdo a lo que se desea y posee.

2.14.6. La Alegría, sentimiento que se caracteriza por producir un buen estado de ánimo y bienestar personal, el cual tiende a tener una actitud constructiva y optimista; puede ir acompañado de un signo físico como lo es la sonrisa.

2.14.7. La Esperanza, ésta se define como la creencia por parte de la persona de que puede lograr los objetivos o metas que se ha propuesto. La persona cree poseer los recursos necesarios para lograr sacar adelante cierta situación.

Existen los sentimientos neutros, estos no derivan en reacciones agradables ni desagradables, pero facilitan la aparición de estados emocionales posteriores como:

2.14.8. La Sorpresa, se define como la reacción causada por algo novedoso, extraño o imprevisto. La atención de la persona se dirige a procesar y analizar el estímulo que ha provocado la reacción. (Goleman, 2017)

Capítulo 3

3. Marco Metodológico

3.1. Método de investigación

El trabajo de investigación tiene un diseño no experimental, de acuerdo a las características que comenta Sampieri (2010) porque va más allá de la descripción de los fenómenos, buscando las causas de los eventos, por la que se vuelven asiduos a dicha aplicación con la revisión de la literatura se encuentra que hay estudios relativos a este tema.

3.2. Tipo de investigación

El estudio es descriptivo, mixto, transverso y participativo.

Descriptivo: Porque se da a conocer las características observadas y los análisis de los entornos internos y externos.

Mixto: La investigación tiene enfoque mixto porque puede utilizar información numérica y es cualitativo por medio de la información que no es medible, pero califica el desempeño. Se utilizó en forma conjunta puesto que con ambas se diseñó la herramienta para determinar la preferencia de los usuarios.

Transverso: Además es transversal, debido a que las variables de estudio ocurren en tiempo real en un momento determinado y sus efectos se miden con el fin de investigar una gama muy amplia de factores adyacentes.

Participativo: La recolección de información se hizo por medio de encuestas a través de la red social Facebook.

3.3. Variables o indicadores

En la presente investigación se utilizaron los siguientes indicadores y variables

- Emociones y Sentimientos del Ser Humano; Cualitativa
- Frecuencia y uso de la aplicación Pokemon go: Cuantitativa
- Preferencia de Pokemon legendario: Cualitativa

3.4. Tipo de investigación

Esta investigación lleva un diseño experimental, en donde se pasó una encuesta en un grupo cerrado de Facebook; en el cual los miembros conocen y juegan con la aplicación Pokémon Go. El propósito es demostrar y establecer una relación de causa y efecto, por la que se vuelven asiduos a dicha aplicación. Así también se determinó cuál es el pokémon legendario más codiciado y qué es lo que denota y connota cada pokémon legendario.

3.5. Método de Investigación

En el presente trabajo se realizó con el método Analítico. En palabras de Ruiz (2007): “El estudio es la observación y adicional el examen exhaustivo de un hecho, o de algun suceso en particular o un objeto determinado en particular. Es obligatorio conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Es decir, el método de análisis constituye indagar, registrar e interpretar los fenómenos con la finalidad de estipular generalidades que sirvan para conocer mejor un suceso”.

Se eligió el método de tipo analítico porque la investigación es hacer un Análisis semiológico partiendo de la idea que denota un personaje ficticio porque se convierte en comunicación visual, o sea en un mensaje gráfico. Se analizará la fuente de su origen, se hará una selección de signos y la codificación de dichos signos; se verá lo que denota y sus connotaciones. De acuerdo a esto se tomará en cuenta: ajuste y valoración estética en cuanto a moda, formas, colores, iconología; todo es considerado como elementos comunicativos.

3.6. Población y Muestra

3.6.1. Población

El grupo objetivo fue tomado de un grupo cerrado de Facebook el cual se llama Pokémon Go Oficial Guatemala; cuenta con 8,108 miembros los cuales son usuarios activos de la aplicación pokémon go, tienen amplio conocimiento sobre el tema a tratar.

La indagación se realizó en un lapso de dos horas, para así se delimitar la cantidad de hombres y mujeres a participar en la encuesta. Siendo 100 personas la nueva población.

3.6.2. Muestra

Esta fue calculada sobre la población de 100 personas, dando el resultado de 80 individuos. Se tomó un nivel de confianza del 95%, que tiene como distribución una Z de 1.962. Para la probabilidad de éxito y fracaso se utilizó un porcentaje equilibrado (0.5). El porcentaje de precisión de la fórmula fue del 5%.

Fórmula:

$$n = \frac{(N \times Z_a^2 \times p \times q)}{[(d^2 \times (N - 1)) + Z_a^2 \times p \times q]}$$

En donde:

N:	Tamaño de la población
Z:	Nivel de confianza (95%)
p:	Probabilidad de éxito o proporción esperada
q:	Probabilidad de fracaso
d:	Precisión (5%)

Dando como resultado:

$$n = \frac{(100 \times (1.962)^2 \times 0.5 \times 0.5)}{[(0.05)^2 \times (100 - 1) + (1.962)^2 \times 0.5 \times 0.5]} = 80$$

3.7. Objetivos

3.7.1. General:

Identificar y explicar los procesos semióticos de la triada perciana utilizados en los personajes legendarios del juego Pokemon Go.

3.7.2. Específicos:

- Describir la historia de pokémon go y sus personajes legendarios para aprender las reglas del videojuego.
- Señalar los significados denotados y connotados que transmiten los personajes de la aplicación Pokemon Go, para determinar la aceptación de los usuarios.
- Detallar los personajes legendarios de la aplicación Pokemon Go para describir sus cualidades y atributos.

3.8. Fases de la metodología

La investigación se desarrolló en fases, donde cada una corresponde al objetivo específico y así lograr el desarrollo de la presente investigación. Iniciando con la fase de revisión documental, que incluyó el fundamento teórico, lógico y práctico de la investigación, esta agregó la revisión documental de la aplicación Pokemon go, describiendo sus características.

La segunda fase se concentró en interpretar la semiótica, sus fundamentos teóricos, el soporte teórico de la investigación y se resumió las características principales de los personajes legendarios Pokémon go, sus signos, colores, los mensajes denotativos para poder aplicarla al contexto guatemalteco, El análisis semiológico se elabora partiendo de la idea que denota un personaje ficticio porque se convierte en comunicación visual, o en un mensaje gráfico. Se verá la fuente de su origen, se hará una selección de signos y la codificación de dichos signos.

Así también se verá lo que denota y sus connotaciones. Los aspectos que se tomarán en cuenta es su ajuste y valoración estética en cuanto a moda, formas, colores, iconología; todos estos son elementos comunicativos. Se aplicó la tricotomía peirciana, haciendo uso de un análisis semiótico para conocer, interpretar, reinterpretar y darle valor a su significado. Las tricotomías de Peirce son útiles para el conocimiento de la teoría del signo y poder encontrar su significado, según su relación con el referente (objeto). La tercera fase consistió en fundamentar teóricamente las conductas, las emociones de las personas que utilizan la aplicación y utilizando los procedimientos de recolección de información se desarrolló la interpretación de en la realidad guatemalteca

3.9. Recopilación de Información

Para la recolección de datos se utilizó un cuestionario estructurado que contiene una escala de actitudes hacia las emociones en el uso de la aplicación.

El cuestionario estructurado fue dirigido a usuarios del grupo cerrado de Facebook el cual se llama Pokémon Go Oficial Guatemala, recolectando información del uso de redes, sociales, uso de la aplicación, preferencias, emociones

La técnica que se utilizó fue la revisión documental ya que está es una investigación exploratoria y la muestra seleccionada de la población a estudiar requiere una investigación de comparación contrastará la validez y fiabilidad de la información.

Debido a que la revisión fue documental, ésta se basó en información relevante para el marco teórico.

3.10. Procesamiento de Información

La presente investigación se realizó aplicando el siguiente procedimiento:

Una vez obtenida la información, esta fue organizada (por encontrarse dispersa, desordenadamente individual) con la finalidad de obtener resultados la organización de datos se realizó a través de una tabla de respuestas por interrogante.

Las variables fueron ordenadas para establecer prioridades, mediante el uso de herramientas de estadística descriptiva,

El análisis de los datos, consistió en hacer una distribución de frecuencias y representaciones gráficas, se realizó mediante la utilización de fórmulas, indicadores.

Capítulo 4

4. Análisis

4.1 Análisis de los Pokémon Legendarios

4.1.1 Articuno:

Nombre e imagen (Representamen/objeto)	Tipo	Descripción	Interpretante denotado	Interpretante connotado
<p>Articuno</p>  <p><small>Fuente: Wikidex</small></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hielo • Volador 	<ul style="list-style-type: none"> • Es un ave legendaria. • Responsable de la estación del frío. • Ave procedente de América Central. • Su cola es como la de un Quetzal. • Su cresta tiene tres rombos. • Su plumaje azulado representa el hielo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es un ave de gran tamaño. • Cola larga y ondulada. • Sus alas son grandes. • En su cabeza tiene plumas en forma de pico. • Posee una mirada intensa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Puede controlar el hielo, con el movimiento de sus alas congela el aire hace nieve. • Su olor predominante es el azul celeste, los cuales son colores fríos. • Muestra poder, fuerza e imponencia.
<p>Elaboración propia</p>				

4.1.2 Zapdos:

Nombre e imagen (Representamen/objeto)	Tipo	Descripción	Interpretante denotado	Interpretante connotado
<p>Zapdos</p>  <p>Fuente: Fandom</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Volador • Eléctrico 	<ul style="list-style-type: none"> • Ave de tipo legendaria. • Es el ave encargada de las tormentas. • Enorme pico largo y puntiagudo. • Plumaje amarillo y erizado en forma de rayo. • Almaena electricidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es un ave. • Sus alas terminan en puntas simulando las formas de los rayos de electricidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Controla la electricidad. • Su categoría es ser eléctrico, si lo alcanzan los rayos toma más fuerza. • Su figura lo hace verse poderoso. • Su color amarillo es cálido, luminoso, intenso. Tiene unos toques de negro que le añade elegancia.
Elaboración propia				

4.1.3 Moltres:

Nombre e imagen (Representamen/objeto)	Tipo	Descripción	Interpretante denotado	Interpretante Connotado
<p>Moltres</p>  <p>Fuente: Wikidex</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Volador • Fuego 	<ul style="list-style-type: none"> • Ave legendaria. • Es el ave del calor. • Cresta llameante en la cabeza. • Sus alas y cola envueltas en llamas. • Se asemeja a un Fenix. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es un ave. • Sus alas alargadas poseen llamas. • Su penacho en la cabeza está formado de llamas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Controla el fuego. • Su color naranja representa llamaradas de fuego, es dinámico y enérgico. • Es radiante, activo, astuto y explosivo.
Elaboración propia				

4.1.4 Entei

Nombre e imagen (Representamen/objeto)	Tipo	Descripción	Interpretante denotado	Interpretante connotado
<p>Entei</p>  <p>Fuente: wikidex</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fuego 	<ul style="list-style-type: none"> • Inicialmente su forma fue de un perro. • Representa las llamas que consumieron la torre que se quemó. • Tipo fuego muy enigmático. • Las estructuras de su lomo simulan un volcán humeante. • Patas blancas y en cada una de ellas tiene un grillete negro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es un felino. • En su cara porta una forma de máscara con colmillos, como los tiene dientes de sable. • Cola en forma de nube. • En su lomo tiene dos capas en forma de rayo. • En sus patas tiene unos aros que parecen de acero. 	<ul style="list-style-type: none"> • Escupe ráfagas de fuego y todo lo que toca lo vuelve cenizas. • Tiene color café, gris, amarillo y rojo; porque es cálido, ardiente, pero a la vez elegante y poderoso.
Elaboración propia				

4.1.5 Lugia

Nombre e imagen (Representamen/objeto)	Tipo	Descripción	Interpretante denotado	Interpretante connotado
<p>Lugia</p>  <p>Fuente: Wiki - Fandom</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Volador • Psíquico 	<ul style="list-style-type: none"> • Es el símbolo de la luna y guardían de los mares y las tormentas. • Es un ave de color blanco con vientre color azul claro. • Se puede comunicar telepáticamente con los humanos. • Vivía en la torre en la torre Latón. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es un ave con rasgos de dinosaurio. • Sus alas son enormes. • En cada ojo tiene una pluma que se asemeja a un antifaz. • En su lomo tiene plumas cuadradas que lo hacen ver como un dragón. • Su cola termina en punta. 	<ul style="list-style-type: none"> • La fuerza que posee en sus alas, con sólo batirlas puede destruir edificios. • Posee la habilidad de hablar con los seres humanos por medio de la telepatía. • Utiliza sus poderes mentales para hacer daño. • Su color blanco le da pureza, y el color azul imponencia y elegancia.
Elaboración propia				

4.1.6 Ho-Oh

Nombre e imagen (Representamen/objeto)	Tipo	Descripción	Interpretante denotado	Interpretante connotado
<p>Ho-Oh</p>  <p>Fuente: wikidex</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Psíquico • Volador 	<ul style="list-style-type: none"> • Es el fénix del oriente. • Se asemeja a un pavo real. • Su aparición significa una era de paz. • Sus colores son los del arcoíris. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es un ave con pico de águila. • Posee un penacho ondulado en su cabeza. • Sus alas son largas y coloridas. • Su mirada es agresiva. • Su cola es frondosa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Vive al pie del arcoíris y posee sus colores. • Su plumaje es colorido y por eso da felicidad a quien lo ve. • Sus colores cálidos dan energía, son ardientes y atraen la atención. • Inspira felicidad, calidez e imponencia.
Elaboración propia				

4.1.7 Groudon

Nombre e imagen (Representamen/objeto)	Tipo	Descripción	Interpretante denotado	Interpretante connotado
<p>Groudon</p>  <p>Fuente: Pokemon Go</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tierra 	<ul style="list-style-type: none"> • Se encarga de los continentes y masas de tierra firme. • Cola en forma de rastrillo. • Es grande y pesado. • Vive bajo la tierra. 	<ul style="list-style-type: none"> • Forma de dragón. • Sus garras son con filo. • En los costados tiene púas. • Su cuerpo tiene forma de armadura. 	<ul style="list-style-type: none"> • Posee armadura externa y tiene cola de dragón. • Sus colores son rojo y gris, los cuales son agresivos y fuertes. • Es fuerte, poderoso y enérgico.
Elaboración propia				

4.1.8 Rayquaza

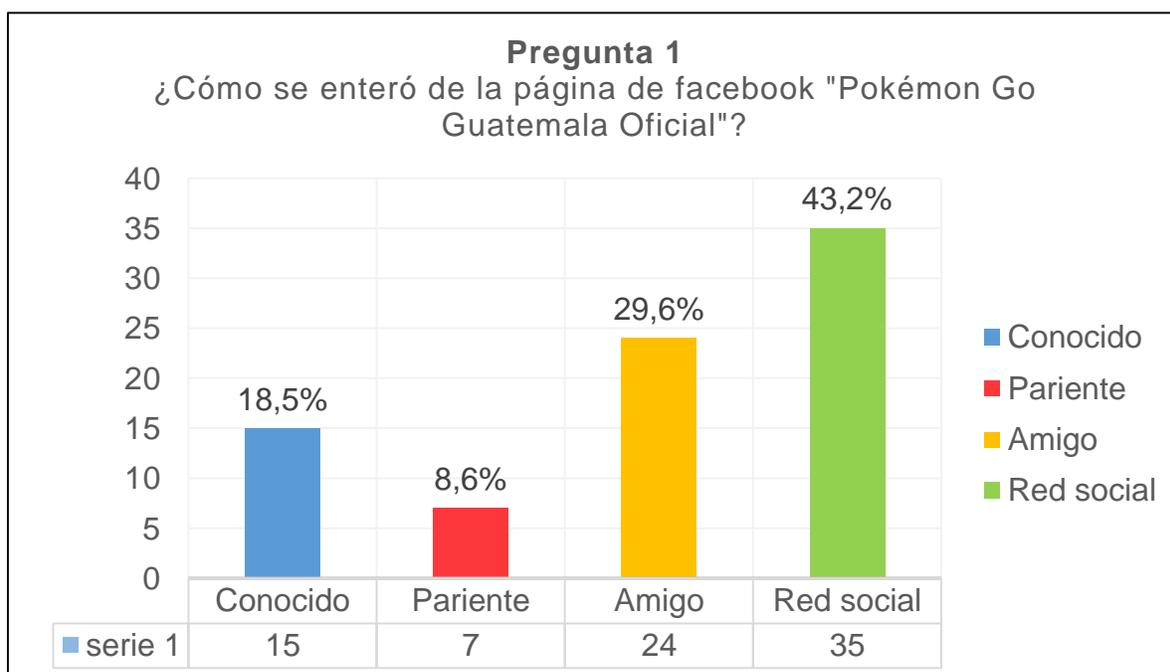
Nombre e imagen (Representamen/objeto)	Tipo	Descripción	Interpretante denotado	Interpretante connotado
<p>Rayquaza</p>  <p>Fuente: Wikidex</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dragón • Volador 	<ul style="list-style-type: none"> • Encargado del cielo y sus cambios atmosféricos. • Serpentina con 2 extremidades. • Posee 9 pares de alas, dos de ellas en su cabeza. Estas le sirven para volar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene forma de serpiente y dragón. • Puede volar con unas aletas que tiene en su cuerpo. • Su cara es como de una serpiente. • En su cabeza tiene cuatro formas en punta que lo hacen ver agresivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • En su cuerpo tiene forma de círculos amarillos y líneas que lo hacen ver que posee mucha energía. • Sus colores brillantes le dan elegancia, pero también prepotencia, furia y poder.
Elaboración propia				

4.1.9 Jirachi

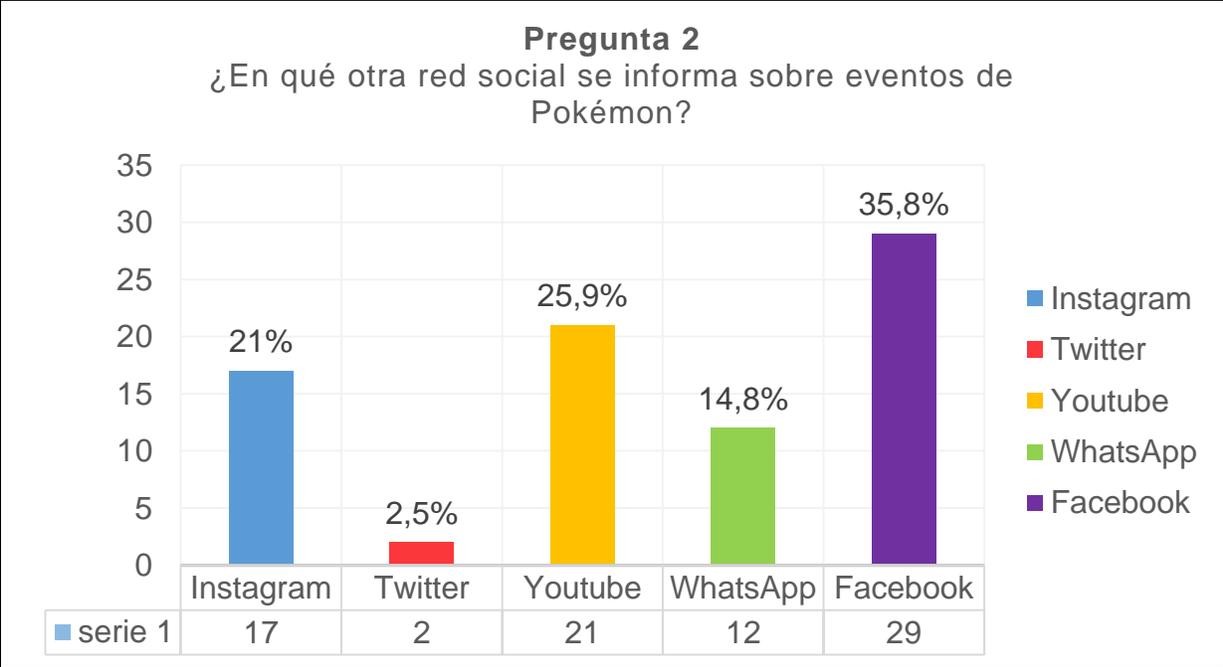
Nombre e imagen (Representamen/objeto)	Tipo	Descripción	Interpretante denotado	Interpretante connotado
<p>Jirachi</p>  <p>Fuente: pokemon.fandom.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Acero • Psíquico 	<ul style="list-style-type: none"> • Basado en una estrella fugaz. • Pokémon humanoide. • Pequeñas piernas como las de un bebe. • Brazos con mangas. • En su panza posee un tercer ojo. • La parte superior de su cabeza es de forma de una estrella. 	<ul style="list-style-type: none"> • Su forma es la de un fantasma. • En su cabeza tiene un gorro en forma de estrella. • Tiene alas en forma de listón. • Sus ojos son grandes y negros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Su cuerpo es el de un fantasma y es raro de ver. • El sombrero que tiene en su cabeza se asemeja a una estrella fugáz. • Sus ojos resaltan.
Elaboración propia				

4.2 Análisis e interpretación de resultados

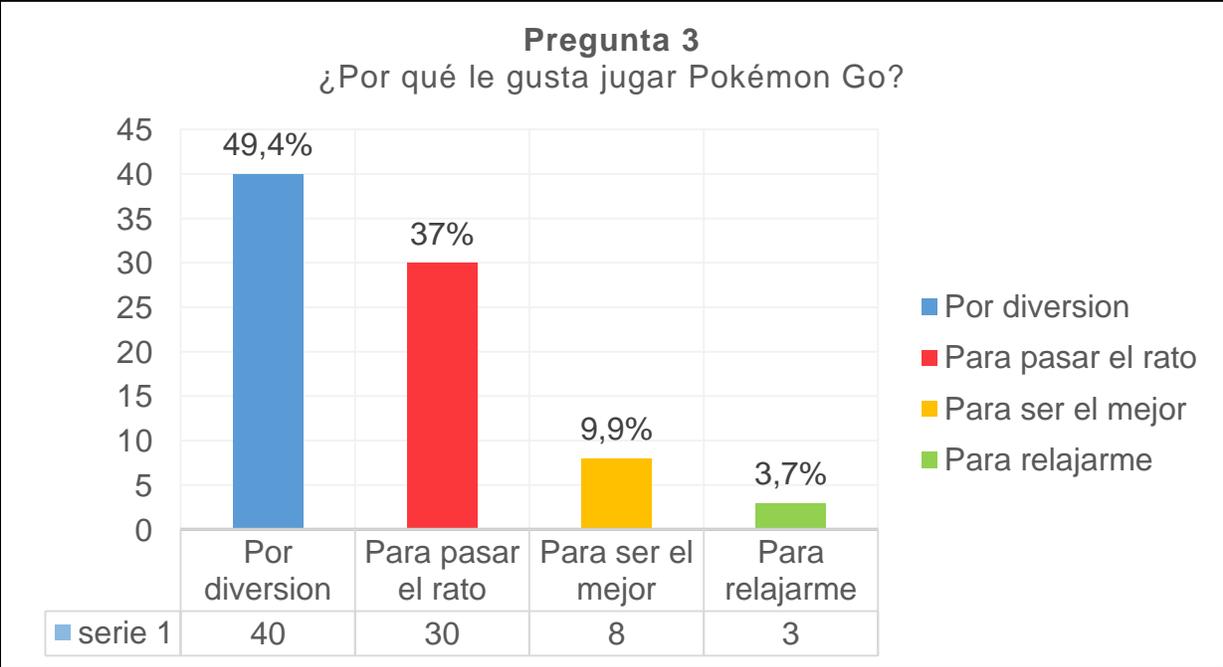
Las preguntas en esta encuesta fueron realizadas de manera abierta para obtener resultados determinados a fin de ejecutar el presente trabajo de campo. Se llevó a cabo con 81 personas, integrantes de la página de Facebook "Pokémon Go Guatemala Oficial". Esta página cuenta con 8,108 integrantes, por ello se tomó un tiempo determinado para llegar a una cierta cantidad de miembros y así delimitar la porción de personas a las cuales llegó la encuesta.



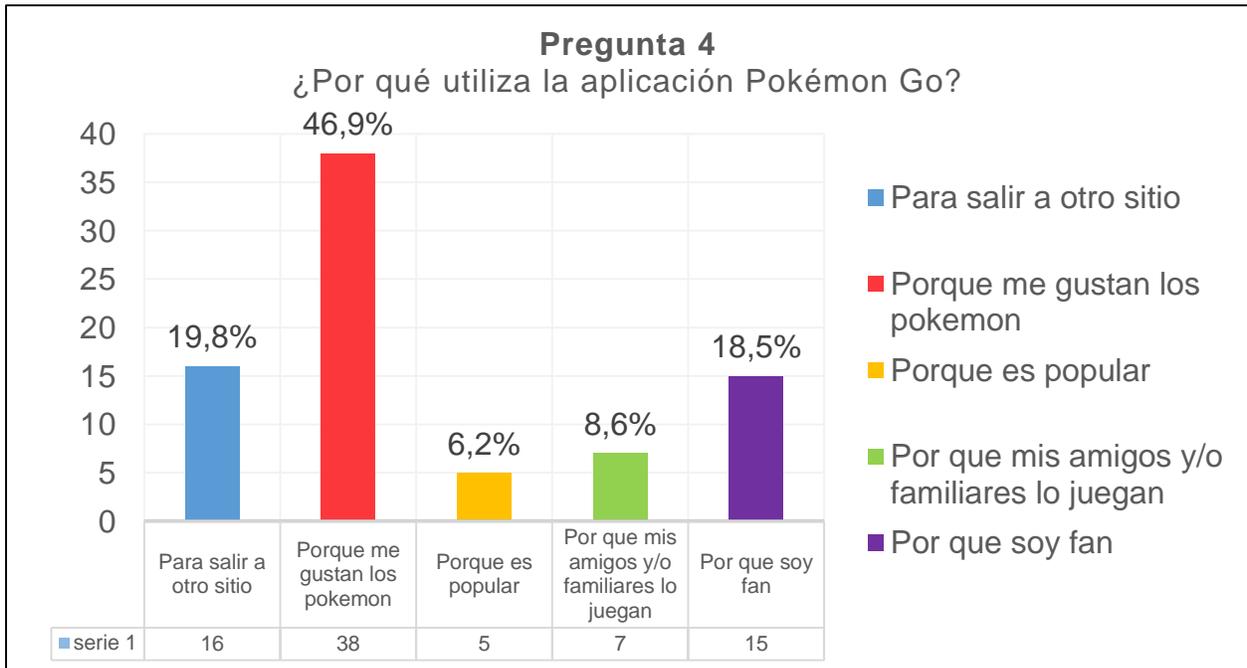
De las 81 personas encuestadas, la principal respuesta fue las redes sociales que obtuvo un porcentaje de 43,2%, con esto podemos llegar a su debida conclusión la cual nos indica que la mayor parte de la población guatemalteca se informa más en los medios de comunicación máxime en las redes sociales las cuales pueden ser Facebook, Instagram, Twitter, entre otros.



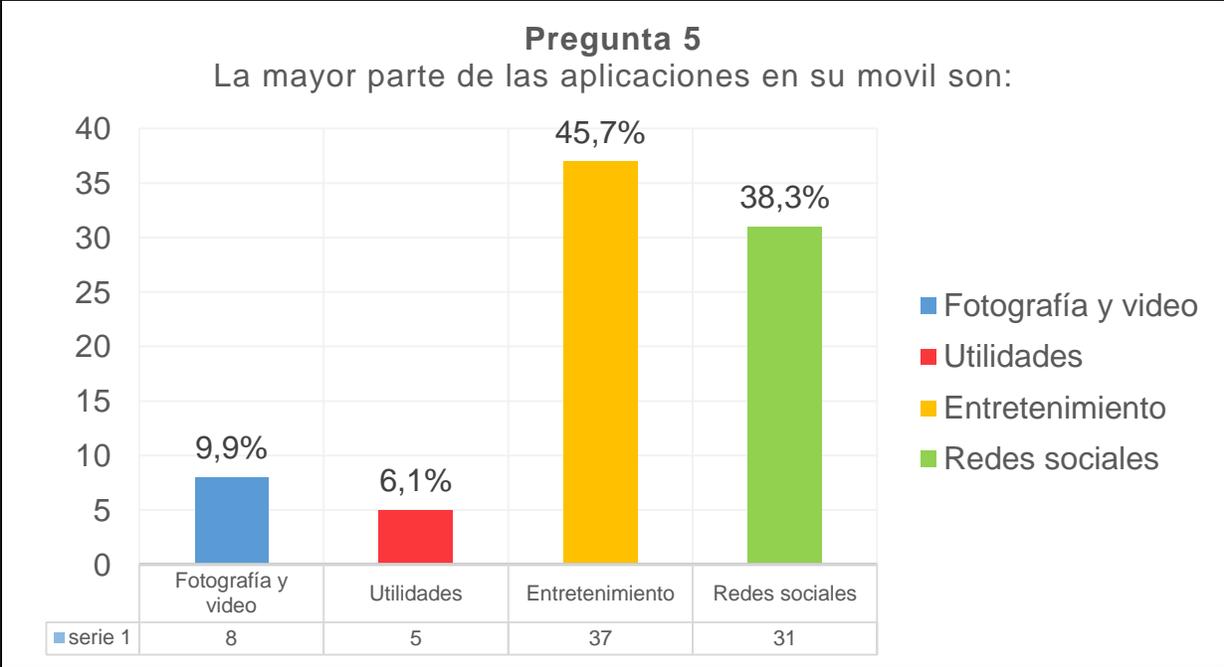
Para ampliar más nuestro conocimiento sobre qué red social es que utiliza más la población guatemalteca para informarse sobre Pokémon, se realizó la segunda pregunta en la cual de las 81 personas que la llevaron a cabo encuesta, 29 usuarios indicaron que Facebook es su principal red social para informarse sobre la aplicación, siendo la red social con el mayor porcentaje.



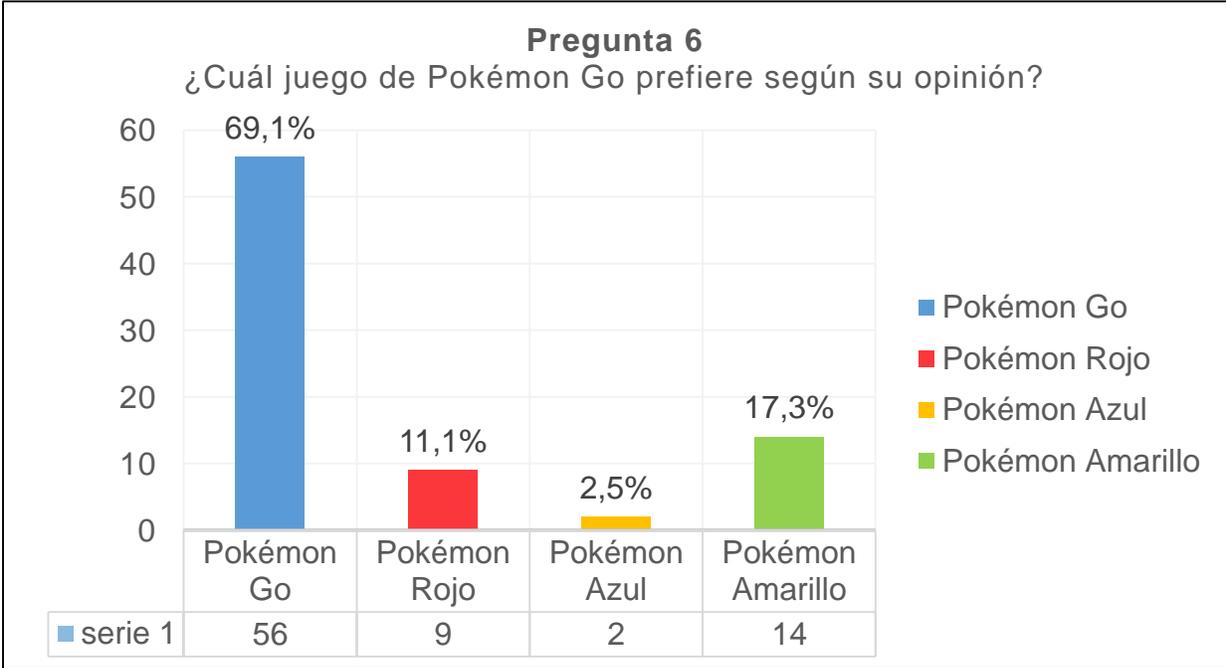
Con base a los resultados de la pregunta, podemos observar que la mayor parte de las personas que tienen la aplicación la utilizan como medio de diversión ya que por ella ueden interactuar con otras personas y salir a las calles en la búsqueda de los pokémon, esta respuesta obtuvo un 49.4% con 40 acertadas de las 81 realizadas.



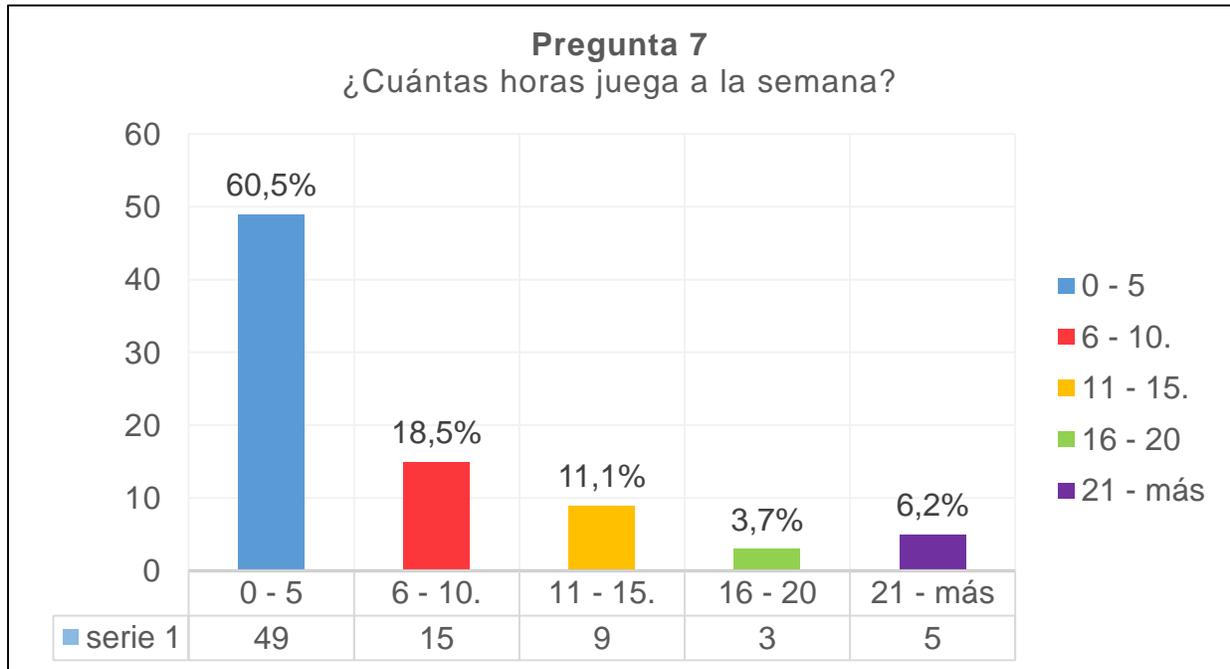
El gusto de los usuarios por la aplicación Pokémon Go es principalmente para poder atrapar a sus pokémon preferidos, razón por lo cual utilizan la aplicación. Se obtuvo este análisis en base a las respuestas de la pregunta numero cuatro, en la cual se obtuvo 38 respuestas equivalente a un 46.9%.



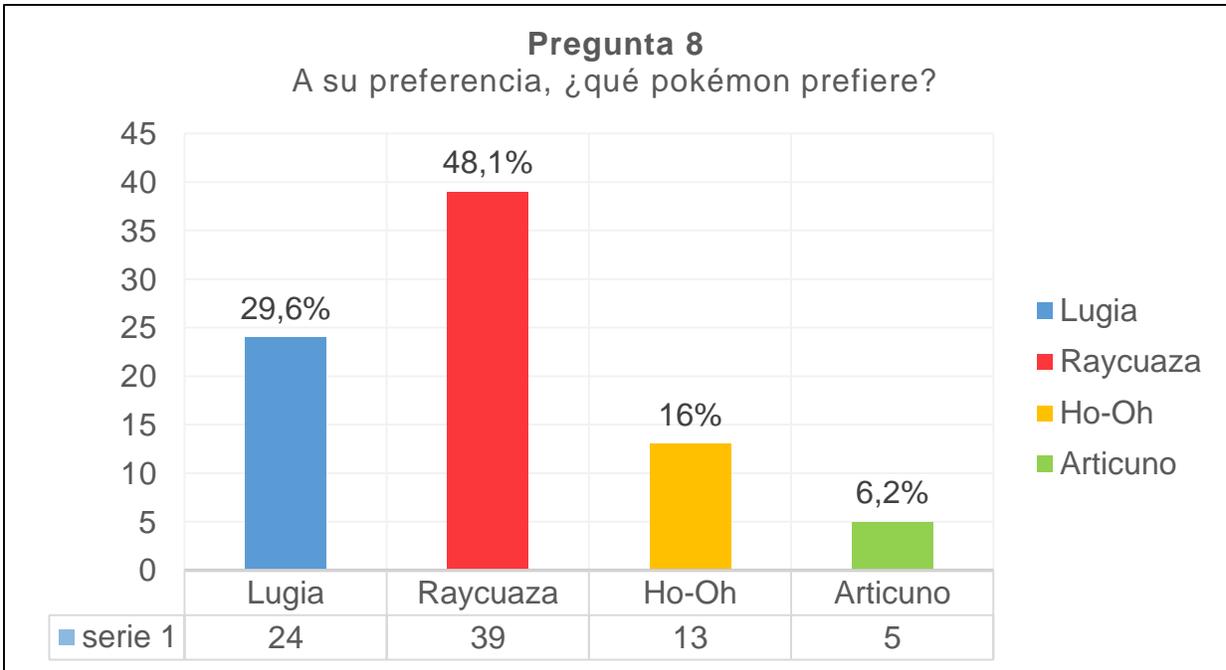
El análisis muestra que la mayor parte de los usuarios prefieren el entretenimiento y las redes sociales para salir de su zona de confort y de sus labores cotidianas, dedicando su tiempo libre a la relación con otros usuarios por medio de su móvil. Estas respuestas fueron entre 37 y 31 personas.



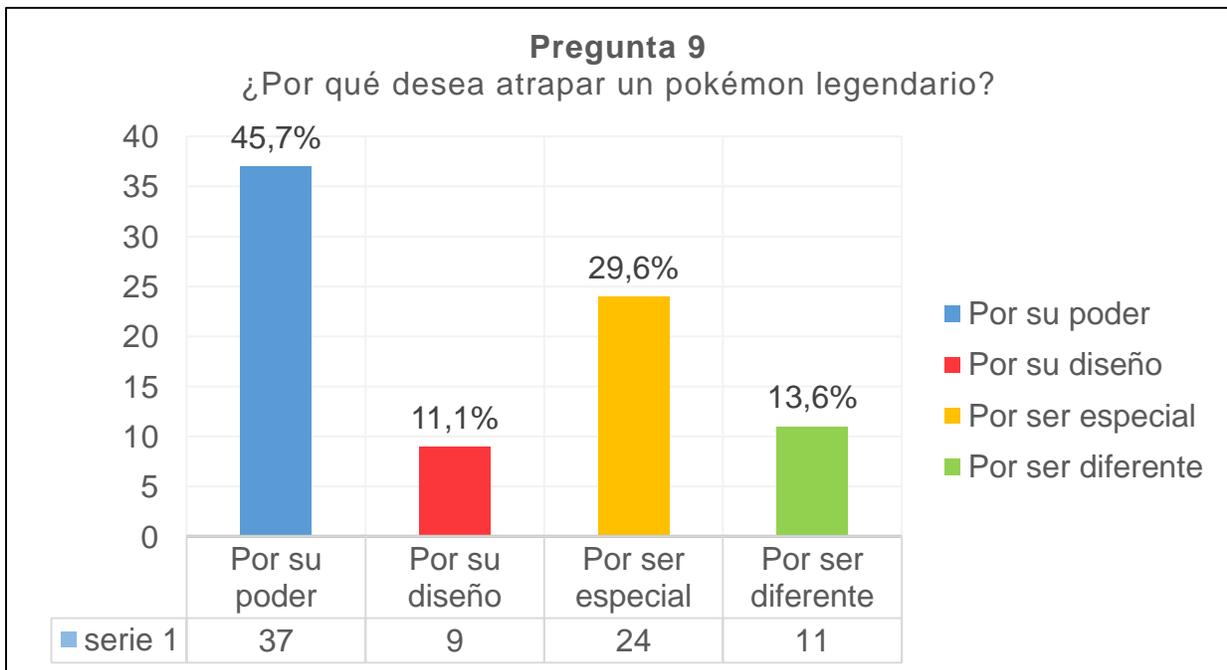
Indudablemente el videojuego Pokémon Go, cada día obtiene más adeptos y se puede concluir con las respuestas que brindaron a la encuesta, obteniendo así 56 acertaciones a Pokémon Go equivalente a un 69.1%



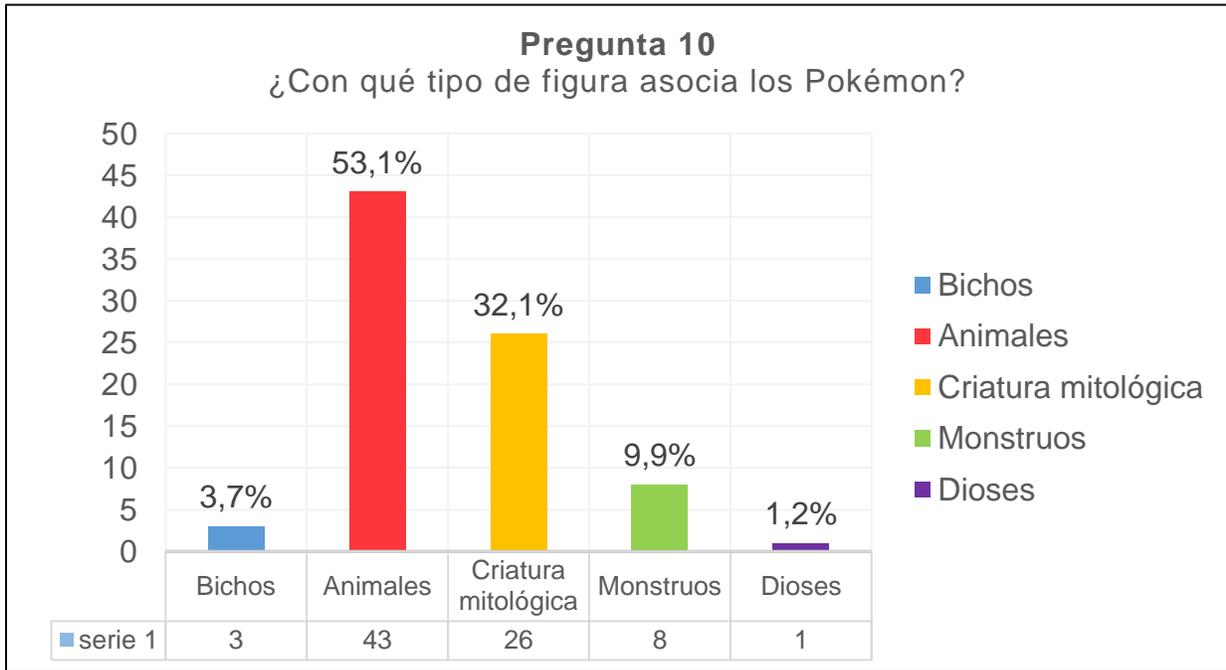
Con las 81 respuestas obtenidas, se puede concluir que el tiempo de juego que invierte la mayoría de los usuarios es de 0 a 5 horas por semana siendo este su tiempo de ocio, finalizando esta respuesta con 60,5% de la población encuestada.



Los resultados indican preferencia por parte de los usuarios, hacia la tercera generación de Pokémon Go, al pokémon Raycuaza con 39 respuestas indicando un 48,1% de la población. Esta pregunta fue realizada para obtener los pokémon legendarios, por generación, que fueron analizados en el marco teórico.



Los pokémon Legendarios son muy codiciados y exclusivos, estos poseen poderes inimaginarios y son difíciles de derrotar, por ello las personas se sienten identificados con ellos. En conclusión se puede observar que 37 de las 81 personas buscan a los pokémon legendarios por su poder.



El 53.1% de la población encuestada se encuentra en de acuerdo que los personajes con comúnmente con animales. Al iniciar el juego es necesario relacionar los pokémon con personajes que tienen características humanas de animales, de plantas, entre otros.

4.3. Conclusiones

- Algunos usuarios consideran que el juego Pokemon go nunca va a desaparecer, debido a que tiene muchos personajes y que ha sido muy innovador, además se ha comprobado que los jugadores pasan mucho más tiempo jugando este juego en relación a otros videojuegos en donde la permanencia en un nivel les causa limitaciones y en Pokemon go hay muchos incentivos y recompensas para que el usuario permanezca el tiempo que desee jugar y crea en el una adicción.
- Los diferentes tipos de Pokémon Legendarios tienen nombres que llevan un mensaje que connota los poderes que representa el juego y también se ha utilizado la gama de colores rojos y amarillos, que denotan la fuerza, energía, poder y emociones como ira o enojo, satisfacción al ganar y avanzar en los niveles del juego, concluyendo que son los medios que el usuario identifica como los roles que le satisfacen emocionalmente.
- Los videojuegos aumentan el tamaño y el desempeño de partes del cerebro, como las habilidades viso espaciales (las cuales tienen la capacidad para representar, analizar y manipular objetos mentalmente), es la parte del cerebro que se llama Hipocampo derecho., los videojuegos pueden generar adicción, produciendo alteraciones funcionales, las cuales están asociadas al placer, el aprendizaje y la motivación.
- Las personas que utilizan este juego están en riesgo de una adicción debido a que se realizan competencias de atrapar más Pokemon go y ello promueve que se quieran compartir las experiencias con otras personas en redes sociales y ello permite que se hagan virales y genere ansiedad por compartir esas experiencias.

4.4. Recomendaciones

- El segmento de mercado objetivo al que va dirigido es al sección de la población que se denomina como millennials, y lo constiruye los jóvenes que nacieron de los años Ochenta hasta los primeros años del 2000. Cabe tener en cuenta que la aplicación recibe un promedio de 1,6 Millones de Descargas al día, superando los 300 millones de usuarios mensuales.
- Para aprovechar el fenómeno social , las empresas pueden crear una serie de actividades para interactuar con los usuarios del juego, las actividades que se podrían realizar son las siguientes:

Jugar con los Otros, nadie quiere interactuar con una empresa que sólo habla de si misma y de sus propios intereses, por lo que una forma de generar comunidad es jugar al Pokemon Go con los usuarios.

Para atraer pokemons a la empresa, y así conseguir usuarios lo que se debe hacer es comprar “Incienso” estas varitas pueden ser compradas y duran unos 30 minutos, si se promocionas puedes invitar al local mientras se tenga los inciensos y así generar más tráfico.

- Crear descuentos. Muchos beneficios que ofrece el juego al jugador es conseguir puntos y subir de nivel. Se podría aprovechar la oportunidad de ofrecer descuentos de tu negocio y así poder captar nuevos usuarios a través de cupones descuento.

I. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

Alegre, M. A. (2017). *POKEMON GO: REALIDAD Y FANTASÍA EN LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL*. Lima: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ.

Castro, O. G. (2016). *Análisis semiológico del libro motivacional “La Vaca” con base a la propuesta de Roland Barthes*. Guatemala: Universidad San Carlos de Guatemala.

ceip.edu.uy. (s.f.).

<http://www.ceip.edu.uy//documentos/2015/lengua/recursos/Jornada6/esquema-actancial.pdf>.

CIFUENTES, J. A. (2014). *ESTUDIO SEMIÓTICO DE LA PUBLICIDAD IMPRESA DEL PRODUCTO FARMACEUTICO ACLASTA*. Guatemala: UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA.

ECO, U. (1981). La Estructura Ausente. En U. ECO. Ed. Lumen.

Finol, J. E. (2013). *Dialnet-SemioticaDelComic*. Obtenido de SEMIÓTICA DEL CÓMIC: CÓDIGOS Y CONVENCIONES: revista signa 22n ppgs. 267,290

Goleman, D. (2017). Comprender la Psicología. En *La Psicología de la Inteligencia Emocional*. Barcelona, España: Salvat, S.L.

Greimas, A.-J. y. (1991, 2002). Semiótica de las pasiones. De los estados de cosas a los estados de ánimo. En A.-J. y. GREIMAS, *Semiótica de las pasiones*. Puebla, México: Siglo XXI.

<http://www.razonypalabra.org.mx>. (16 de septiembre de 2019).

<http://www.razonypalabra.org.mx>. Obtenido de <http://www.razonypalabra.org.mx>

<https://es.slideshare.net/>. (s.f.). *guest16006be/9-propp*.

<https://hipertextual.com/>. (16 de septiembre de 2019). <https://hipertextual.com/2015>.

Obtenido de hipertextual.com: <https://hipertextual.com/>

<https://nianticlabs.com/es/>. (s.f.). <https://nianticlabs.com/es/>.

<https://www.infobae.com/salud>. (22 de noviembre de 2017).

<https://www.infobae.com/salud>.

<https://www.pinterest.com/pin/626141154420727533/>. (s.f.).
<https://www.pinterest.com/pin/626141154420727533/>.

<https://www.youtube.com/watch?v=fles39VJ5bo>. (s.f.).
<https://www.youtube.com/watch?v=fles39VJ5bo>.

Interiano, C. (2001). *Semiología y comunicación*. Guatemala: Editora Estudiantil Fénix.

Marín, E. (s.f.). <https://es.gizmodo.com>.

Ortega, N. B. (2007). *Análisis semiótico-comunicacional de la publicidad de United corp Beneton*. Puebla, Mexico: Universidad de las Américas Puebla.

Pedroza, L. (Ciencias de la Comunicación USAC). “*Semiología y Semiótica*” *Semiología del mensaje estético*. Guatemala, : conferencia USAC.

Sampieri, H. (2010). *Metodología de la Investigacion*. Mexico: Mac Graw Hill.

significados.com. (5 de septiembre de 2019).
<https://www.significados.com/comunicacion>. Obtenido de
<https://www.significados.com/comunicacion>:
<https://www.significados.com/comunicacion>

Vara Horna, A. A. (2010). *7 Pasos para una tesis Exitosa*. Lima, Perú: Manual electrónico disponible en internet.

Velásquez Rodríguez, C. A. (2015). *Teoría de la mentira* (Vol. Segunda edición.). ECO EDICIONES.

Velásquez Rodríguez, C. A. (s.f.). *Teoría de la mentira*. ECO ediciones. (2015) pp/206 Segunda edición. .

Velásquez, C. A. (2015). Guatemala: ECO ediciones.

Zonaforo, C. M. (s.f.). <http://meristation.as.com>.

1. Anónimo. “Wikipedia”. Capturado en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Pok%C3%A9mon>
2. Marín, Eduardo. “La Evolución de Pokémon en sus 20 años de historia”. GIZMODO. Inglaterra, 26/02/2016. Capturado en: <https://es.gizmodo.com/la-evolucion-de-pokemon-en-sus-20-anos-de-historia-1761549098>
3. Niantic, Nintendo, The Pokémon Company. “Página oficial de las actualizaciones de Pokémon Go”. Capturado en: <http://pokemongolive.com/es>

4. Anónimo. "Wikipedia". Capturado en: https://es.wikipedia.org/wiki/Pok%C3%A9mon_Go
5. WikiDex. "Satoshi Tajiri". FANDOM. Japón (2017). Capturado en: http://es.pokemon.wikia.com/wiki/Satoshi_Tajiri
6. Fushigidane. "Pokémon: un breve repaso a su historia. ¡Dedicado a vosotros, Pokemaníacos! ¡Post Celebración, 10.000 mensajes!" Comunidad Meristation ZonaForo. 15 de diciembre de 2015. Capturado en: <http://meristation.as.com/zonaforo/topic/2355212>
7. MikaCookies. "ORIGEN Y CREACIÓN DEL MUNDO POKÉMON | MITOLOGÍA". 9 de junio de 2014. Capturado en: <https://www.youtube.com/watch?v=fles39VJ5bo>
8. WikiDex. "Naturaleza". FANDOM. Japón (2017) Capturado en: es.pokemon.wikia.com/wiki/Naturaleza
9. Sagastume Fajardo, Doris Judith. Los códigos Semiológicos. Texto didáctico. Guatemala octubre 2000. Pdf Págs. 81
10. García, Alejandro. "Inteligencia emocional y videojuegos". Psicología y conducta. Madrid, 14/07/2015. Capturado en www.psicologiayconducta.com/inteligencia-emocional-y-videojuegos
11. guest16006be. "Teorías Estructuralistas" Slideshare. 10 de abril de 2009. Capturado en: <https://es.slideshare.net/guest16006be/9-propp>
12. Anónimo. "Vladimir Propp" Wikipedia 23 abril de 2018 a las 02:42. Capturado en: https://es.wikipedia.org/wiki/Vladimir_Propp.
13. Saniz Balderrama, Ligia. "El esquema actancial explicado". Universidad Católica Boliviana. Capturado en: www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v13n16/v13n16a11.pdf
14. Significados. "Comunicación" 13 de enero de 2018. Capturado en: www.significados.com/comunicacion/
15. Delgado, Hugo. "Psicología y teoría del color – Que efectos producen". Akus.net. 27 de Julio de 2018. Capturado en: <https://disenowebakus.net/psicologia-y-teoria-del-color.php>
16. Bolaños Sagastume, Ana Luisa. Tesis: "El tiempo de ocio de los estudiantes de la ECC y los juegos digitales en Facebook". Nov 2015.

17. Guillén León, Sergio Ángel. “¿Cómo se realiza un análisis semiológico de un logotipo? El semainomenon. 3 de marzo de 2010. Capturado en: <http://www.google.com.gt/search?q=como+se+realiza+un+analisis+semiologico&oq=como+se+hace>
18. Pedroni Chautemps, Ana Maria. “Un acercamiento didáctico a la Semiología”. Tesis. Junio 1995.
19. Velásquez Rodríguez, Carlos Augusto. “Teoría de la mentira”. Una introducción a la semiótica. Ecoediciones. 2015.
20. D., Alonso, C, Cruz, A. y Lizama, L. (1999). Implicaciones Educativas de la Inteligencia Emocional. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
21. Goleman, D. (1996). La inteligencia emocional. Buenos Aires: Javier Vergara Editor. - Weisinger, H. (2003). La inteligencia emocional en el trabajo. Madrid: Suma de Letras
22. García, Pilar. “Lifeder” ¿Cuáles son los 17 tipos de sentimientos del ser humano? Capturado en: <https://www.lifeder.com/tipos-de-sentimientos/>
23. Pedroza, Luis. “Semiología y Semiótica”. Semiología del mensaje estético. Guatemala, décimo semestre, Ciencias de la Comunicación USAC
24. Ruiz, Limón 2006: p. 45, e-book disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.1.htm>
25. The Pokemon Company International, Inc. Nintendo. 2019. “Pokédex”. <https://www.pokemon.com/es/pokedex/>
26. Heller, Eva (2004) “Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón”. Gustavo Gili: Madrid.

II. Anexos:



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Tesis

Encuesta

Análisis semiológico de los personajes que utiliza la aplicación Pokémon Go

Instrucciones: En base a su opinión marque con una x la respuesta que crea correcta.

1. ¿Cómo se enteró de la página de facebook llamada "Pokémon Go Guatemala Oficial"?
 - Conocido
 - Pariente
 - Amigo
 - Red social

2. ¿En qué otra red social se informa sobre eventos de Pokémon?
 - Instagram
 - Twitter
 - Youtube
 - Whatsapp
 - Facebook

3. ¿Por qué le gusta jugar Pokémon Go?

- Para relajarme
- Para pasar el rato
- Para ser el mejor
- Por diversión

4. ¿Por qué utiliza la aplicación Pokémon Go?

- Para salir a otro sitio o ambiente
- Porque me gustan los pokémon
- Porque es muy popular
- Porque mis amigos y/o familiares lo juegan
- Porque soy fan

5. La mayor parte de las aplicaciones en su movil son:

- Fotografía y video
- Utilidades
- Entretenimiento
- Redes sociales

6. ¿Cuál juego de pokémon go prefiere según su opinión?

- Pokémon Go
- Pokémon Rojo
- Pokémon Azul
- Pokémon Amarillo

7. ¿Cuántas horas juega a la semana?

- 0 - 5
- 6 - 10
- 11 - 15
- 16 - 20
- 21 - más

8. ¿Qué Pokémon Legendario cree que es mejor?

- Lugia
- Mewtwo
- Ho-Oh
- Articuno

9. ¿Por qué desea atrapar un Pokémon Legendario?

- Por su poder
- Por su diseño
- Por ser especial
- Por ser diferente

10. ¿Con qué asocia a los Pokémon?

- Bichos
- Animales
- Criatura mitológica
- Mounstros
- Dioses