



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

**Valoración de la comunicación inmersiva del juego pokémon
go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencia de la Comunicación

AUTOR:

Espinoza Martínez, César Armando (orcid.org/0000-0001-8623-5844)

ASESOR:

Mgtr. Montenegro Díaz, Denis José (orcid.org/0000-0001-7448-8051)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

Línea de acción de responsabilidad social universitaria

Innovación tecnológica y desarrollo sostenible

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

Dedico mi tesis de manera especial a mis padres y abuela, que son mi principal motivación para seguir creciendo profesionalmente, por estar a mi lado alentándome a alcanzar mis metas y brindarme todo su apoyo incondicional.

Agradecimiento

Estoy muy agradecido a las personas que en la actualidad están a mi lado y también a las que un día lo estuvieron, por brindarme y poder compartir momentos especiales junto a ellos. Aquellas personas que con su compañía hicieron de este proceso sea el mejor de todos.

Índice de Contenidos

Carátula	
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	11
3.1. Tipo y diseño de investigación	11
3.2. Variables y operacionalización	11
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.5. Procedimientos	19
3.6. Método de análisis de datos	19
3.7. Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS	22
V. DISCUSIÓN	31
VI. CONCLUSIONES	37
VII. RECOMENDACIONES	39
REFERENCIAS	40
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla N°1 Dimensiones e indicadores	12
Tabla N°2 Criterios de inclusión y exclusión	15
Tabla N°3 Validadores del instrumento	18
Tabla N°4 Resultados del objetivo general	22
Tabla N°5 Resultados del objetivo específico 1	24
Tabla N°6 Resultados del objetivo específico 2	26
Tabla N°7 Resultados del objetivo específico 3	28

Índice de gráficos y figuras

Figura N°1 Gráfico de barras de resultados del objetivo general	22
Figura N°2 Gráfico de barras de resultados del objetivo específico 1	25
Figura N°3 Gráfico de barras de resultados del objetivo específico 2	27
Figura N°4 Gráfico de barras de resultados del objetivo específico 3	29

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo principal, describir la valoración de la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay, 2021. La investigación fue de tipo básica, con diseño no experimental, de corte transversal descriptivo. La población fue finita y estuvo constituida por 428 jóvenes del distrito antes mencionado, pero se utilizó la técnica bola de nieve, la cual redujo la muestra a 52 jóvenes, que se les aplicó un cuestionario de escala tipo Likert. Además, mediante el programa SPSS se realizaron tablas de frecuencias, porcentajes y gráficos. Así mismo, se usó de soporte la teoría de Carlos Scolari, Hipermediaciones que sirvió para establecer coincidencias en función a los resultados obtenidos. El resultado evidenció que, el 56% de los encuestados describieron en un nivel medio la valoración de la comunicación inmersiva, mientras que un 35% mostró un nivel bajo y un 9% para el nivel alto con su valoración. En conclusión, los jóvenes de 18 a 25 años del distrito de Chancay lograron valorar en un nivel medio la comunicación inmersiva del juego de Pokémon Go, conformada por sus niveles de innovación, integración y diseño de la acción.

Palabras claves: valoración, inmersiva, innovación, integración, diseño de la acción.

ABSTRACT

The main objective of the present study was to describe the assessment of immersive communication in the Pokémon Go game in young people between 18 and 25 years of age, Chancay, 2021. The research was of a basic type, with a non-experimental design, of a descriptive cross-section. The population was finite and consisted of 428 young people from the aforementioned district, but the snowball technique was used, which reduced the sample to 52 young people, who were applied a Likert-type scale questionnaire. In addition, using the SPSS program, tables of frequencies, percentages and graphs were made. Likewise, the theory of Carlos Scolari, Hypermediations, was used as support, which served to establish coincidences based on the results obtained. The result showed that 56% of the respondents described the assessment of immersive communication at a medium level, while 35% showed a low level and 9% for the high level with their assessment. In conclusion, the 18 to 25-year-olds from the Chancay district managed to rate the immersive communication of the Pokémon Go game at a medium level, made up of its levels of innovation, integration and action design.

Keywords: valuation, immersive, innovation, integration, action design.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los videojuegos por aplicativo a través de la realidad aumentada, han permitido desarrollar experiencias lúdicas vivenciales, capaces de generar sensaciones que gozan de un mayor realismo y pervasividad, siendo Pokémon Go, uno de los juegos de mayor popularidad y demanda entre los jóvenes a nivel mundial que emerge en 2016, gracias al éxito del anime japonés gracias a la Compañía Niantic Inc. En este sentido, los juegos como estos nos han permitido conocer la experiencia de introducirnos a un mundo distinto al de la realidad ordinaria, que cuentan con reglas y contenidos propios, distinguiendo separados el juego, de la realidad, que componen la interfaz de los acontecimientos lúdicos y al cual denomina “círculo mágico”. La característica pervasiva de Pokémon Go se inserta así, en el interés de estudio de la comunicación inmersiva y su valoración en el contexto social, al permitir la interacción de los usuarios, el mundo real y el mundo virtual, generado por la realidad aumentada en el juego, que conjugan elementos, lugares y espacios que tienen lugar, a partir del uso de la cámara de teléfono celular y el sistema de posicionamiento de escala global (GPS), para la geolocalización de las extrañas criaturas Pokémon GO que se presentan repentinamente en las calles del mundo real.

De este modo, el objetivo que tiene el juego consistirá que el usuario, utilice su celular para cazar a estos personajes, utilizando unas esferas llamadas “pokebolas” en distintas “pokeparadas” o lugares específicos y/o representativos de las zonas geolocalizadas en el mapa del juego. A la luz de este concepto, la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go desde el empleo de la realidad aumentada, implica el desarrollo de interacciones sociales entre los usuarios, la interfaz del juego y sus componentes, así como con los entornos físicos y virtuales, que se van recreando, desde el uso de estrategias y narrativas inmersivas ficticias que el juego va propiciando, dando lugar a reuniones físicas entre los mismos usuarios, para ayudarse mutuamente en distintas batallas del juego y buscar el progreso grupal, según los 40 niveles que posee y se logren superar, para la obtención de recompensas. La presente investigación plantea la siguiente interrogante como problema general de investigación, ¿Cómo es la valoración de la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay 2021?, y

como los problemas específicos, ¿Cómo es la valoración de la innovación en la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay 2021?, ¿Cómo es la valoración de la integración en la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay 2021? y ¿Cómo es la valoración del diseño de la acción en la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay 2021?.

Su desarrollo se justificó representado en cuatro ámbitos. En primer lugar, por el carácter de su relevancia social, el cual se centra en reconocer las características imperantes en la valoración de la comunicación inmersiva de un juego por aplicativo como Pokémon Go, cuyo éxito a nivel mundial, ha dado lugar a una maniática actividad de usuarios sobre el juego, cuyas posibilidades de interacción social, forman parte del interés de estudio de las ciencias de la comunicación, al traer a la luz, un fenómeno de investigación que conjuga, el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación, con las características del proceso comunicativo en sociedad, generado por la interactividad de este juego y la escenificación de personajes y hechos que se desarrollan entre el mundo real y virtual. En segundo lugar, por sus implicaciones prácticas, toda vez que la comunicación inmersiva se viene incorporando en los últimos tiempos, como un concepto disruptivo que nos permitirá, hacer de los entornos virtuales, espacios de interacción social, asociados al valor de las cosas que desarrollamos cotidianamente en el mundo real, a partir de donde, en los últimos años, se han generado experiencias inmersivas lúdicas de gran utilidad para la educación o la medicina, cuya contribución, ha sido propiciar simulaciones de hechos o situaciones que se llevan a cabo en la vida real.

En tercer lugar, por su valor teórico, ya que permitió generar algunas contribuciones acerca del estudio de la comunicación inmersiva en sociedad y sus valoraciones, que subyacen de las gratificaciones producidas en la interacción con el juego por parte de los usuarios, las mismas que propician experiencias comunicativas personales que han dado lugar a nuevas formas de relacionarse en sociedad. En cuarto lugar, por su utilidad metodológica, al dar lugar al diseño del instrumento de recolección de datos para el recojo de la información que comprende el estudio de la variable y sus dimensiones, que significaron una contribución de gran importancia

para futuras investigaciones en este campo. En la presente investigación, el objetivo general es, describir la valoración de la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay 2021, mientras que los objetivos específicos están dados por, conocer la valoración de la innovación en la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay 2021, reconocer la valoración de la integración en la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay 2021, e identificar la valoración del diseño de la acción en la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay 2021.

II. MARCO TEÓRICO:

Ayala, R., Laurente, C., Escuza, C., Núñez, L. & Díaz, J. (2020), en su artículo, tuvo como objetivo principal el analizar cómo es el uso del mundo virtual Second Life como herramienta formativa para docentes del nivel superior en el aprendizaje inmersivo – 2020. Fue un estudio de tipo cualitativo, donde se intentó comprender la experiencia, los factores que intervienen en el hecho a investigar, la población a estudiar, fueron los estudiantes de una universidad privada del Perú, los instrumentos empleados fueron la observación participante, la entrevista a los participantes y expertos, así como el análisis documental recorrido en la formulación de las clases ejecutadas. Los principales resultados fueron que el proceso de aprendizaje a través del Second Life ha demostrado que el aprendizaje realizado por los estudiantes universitarios ha sido efectivo, con el desarrollo de las competencias preestablecida. Se concluyó que el aprendizaje inmersivo experimental, ha sido exitoso en la medida que los actores educativos directos han utilizado un conjunto de actividades en el entorno virtual logrando aprendizajes significativos, asimismo lograron integrarse con las diversas herramientas diseñando, construyendo y evaluando los espacios creados para su aprendizaje.

Vega, M. (2020), en su tesis, tuvo como objetivo principal analizar la relación entre la agresividad e inmersión en estudiantes universitarios varones que frecuentan cabinas de internet para jugar videojuegos online. Su enfoque fue cuantitativa basado en entrevistas de seguimiento. Su población fueron jóvenes 147 universitarios que están relacionado con los videojuegos online. Su instrumento de recolección de datos fue un cuestionario DANE. Se concluyo que es necesario un mejor entendimiento del impacto de los videojuegos online en la población universitaria para crear métodos de intervención, prevención y promoción de la salud que consideren los aspectos inmersivos de los videojuegos y se fomente un uso responsable de los medios digitales de los que se disponga, evitando recaer en una dinámica adictiva en ellos.

Diestro, J. & Garcia, R. (2018), en su tesis, tuvo como objetivo principal desarrollar un aplicativo de Realidad virtual inmersiva para mejorar el servicio de información turística a los huéspedes del Hotel Los Delfines. El enfoque de la investigación fue cuantitativa basada en el método de recolección de datos basado en una encuesta.

La población de estudio fueron los residentes del Hotel Los Delfines e la ciudad de Cusco. El instrumento utilizado fue la encuesta de modelo Servqual. La investigación tuvo como conclusión final que, al diseñar y desarrollar la ciudadela de Machu Picchu, en un entorno de realidad Inmersiva, usando herramientas de diseño 3d se puede crear un servicio de información turística interactivo e innovador.

Gallastegui (2018), en su revista, tuvo como objetivo principal ofrecer un modelo analítico para reconocer los diferentes componentes que intervienen en la inmersión y la emersión de los juegos Tetris, Call of Duty e Ingress, teniendo como criterios de selección, su influencia en otros juegos posteriores, el número de ventas y usuarios del juego en todo el mundo y constituirse como juegos inmersivos, creando puntos de comparación entre ellos. Su enfoque fue cualitativo, en base a un modelo analítico propuesto que emplea la observación como técnica de recolección de datos y cuyos resultados, denotan que los dispositivos de interacción, modos de representación y modelos narrativos, van articulando la acción del juego hacia su interior, el entorno físico y la realidad ordinaria del jugador. Su población de estudio, fue considerada por una sola persona la cual fue referenciada para cada uno de los instrumentos utilizados, el instrumento para la obtención de datos fueron tres videojuegos de carácter paradigmático, que fueron alterados para representar nuevas informaciones a la hora de desarrollar este procedimiento. Se concluyó que el juego es completamente inmersivo, aislando a la persona de su realidad, o completamente emersivo, en el que todas las acciones del juego están orientadas hacia el espacio cotidiano.

Rubio, J. (2019), en su artículo, tuvo como objetivo principal definir el escenario actual en el que las denominadas tecnologías de realidad extendida, y su relación en el marco de las teorías de la información y otros factores de necesaria asociación como la experiencia de usuario o el diseño de interacciones. Su enfoque fue cualitativo, en base a un modelo de análisis y observación hacia infraestructuras zonales, no tuvo una muestra o muestro, ya que se basó en el análisis de áreas e imágenes subjetivas, al igual que no conto con instrumentos que sean referidos hacia un público seleccionado. Se concluyó que el estado de la tecnología actual,

puede evolucionar nuestra capacidad para generar entornos artificiales por medios computacionales y combinarlos con información procedente del espacio físico.

Escobar, K. & Álvarez, D. (2018), en su artículo, tuvo como objetivo principal determinar la efectividad de una comunicación interactiva usando las tecnologías inmersivas. Su enfoque fue cualitativo, basado a un análisis compuesto de entrevistas especializadas y simples, para la obtención de opiniones subjetivas, hacia los factores de efectividad en los procesos de comunicación, y un punto de vista enfocado en la publicidad, la población de estudio para esta investigación fueron expertos en el tema y un grupo focal de la Universidad Pontificia Bolivariana, el instrumento empleado fue un cuestionario el cual permitió obtener la información para lograr la representación de datos gráficos. Se concluyó que las estrategias de comunicación a través de las estrategias inmersivas logran ser más efectivas, ya que los resultados que se obtuvieron fueron de manera positiva que permitieron la reafirmación de las opiniones de expertos sobre estas tecnologías, que piensa que la interactividad es el primer paso para ganar la preferencia del consumidor, sabiendo que a las personas que se quiere llegar, son un público tecnológico donde no funciona el lenguaje análogo.

En el presente trabajo de investigación se tomó en cuenta la teorías de Carlos Scolari titulada, *“Teoría De Las Hipermediaciones: Elemento Para Una Teoría De La Comunicación Digital Interactiva”* para el estudio de la variable “Comunicación Inmersiva”, que subyace de la realidad aumentada, al constituir el proceso de intercambio de mensajes entre emisores y receptores, a la luz de la fusión de la realidad física y virtual en el uso de la tecnología 3D y que nos está permitiendo propiciar una nueva forma de ver el mundo. Scolari (2008), nos dice que, “Las nuevas tecnologías no solo cambiaran al mundo, sino también a todos sus habitantes”; hecho que, en materia comunicacional, su irrupción haya propiciado al mismo tiempo muchas transformaciones en los procesos comunicativos en sociedad, a partir de su uso. En este contexto, la comunicación inmersiva, estuvo propiciando nuevas formas de interacciones en sociedad, a partir de la fusión de los elementos del mundo real y virtual gracias a la realidad aumentada desde los dispositivos móviles de última generación, al que Scolari, a través de su Teoría de las hipermediaciones, alude por la presencia de una gran comunidad de personas

que comparten sus mismos gustos, aficiones y actividades en espacios y tiempos determinados, reinventando nuestra forma de vivir en sociedad y actividades cotidianas (Scolari, 2008).

Para la investigación, se dio una definición a la variable denominada valoración de la comunicación inmersiva, que está enfocada en la representación multimedia de un paisaje de forma panorámica en un entorno visual de 360 grados. Muchas de estas tecnologías, cuentan con una capacidad de interacción entre diversos actores, las cuales podrán involucrarse de manera directa, tanto que puede relacionarse con lo que se puede ver. Para Cantero & Sidorenko (2018), Un contenido virtual, para proporcionar inmersión debe ser completo y tener un rango de visión total desde cualquier ángulo, es decir, se convierte en todo lo que nos rodea. En la actualidad, lo inmersivo es la denominación alterna, de realidad virtual y realidad aumentada, formas de tecnologías que causan que una persona se relacione a contenidos multimedia, para generar objetivos determinados.

Toda esta interacción estará basada en las realidades artificiales, las cuales son creadas y referenciadas de la misma realidad, para mostrar otro tipo de experiencias y manipular los sistemas sensoriales de una persona al momento de afrontar diversas situaciones. Para Cantero, Sidorenko & Herranz (2018, cit. De la Peña, 2010; Pavlik, 2001; Pryor, 2000), La inmersión se obtiene plenamente si el dispositivo que reproduce el contenido virtual no solo ofrece una experiencia visual, sino también sensorial a través de movimiento. Para Aguilar & Adell (2018), las aventuras gráficas o multimedia, hace que una persona pueda relacionarse con su personaje virtual logrando así una interacción que lo llevará a implicarse de forma sentimental, creando de esta manera una historia en lo ficticio como en la vida real. Por lo tanto, la valoración de la comunicación inmersa, es un escape a la realidad propia, la cual puede ser más atrayente para la persona, donde podrá tener formas de interacción que le darán más satisfacción que con su vida misma. Es decir, un nuevo espacio social, que tiene una estructura propia, a la que es necesario adaptarse (Gonzales & Chávez, 2011).

También en la investigación se definió a la Innovación, en la cual se detalla que dicha palabra proviene del latín innovare, la cual representa el acto de cambiar, modificar, transformar, mutar, etc. Todas aquellas definiciones singulares hacen

énfasis en lo que es la novedad hacia su estado durante una intervención, generando un cambio o mejora como resultado final. Para García (2012) la innovación es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad y la competitividad. Se puede medir una innovación al enfocarse a un ente aleatorio, el cual tendrá como meta ser el mejor en algo particular, puede estar derivado a el campo empresarial u otras opciones, es como un sistema de reorganizar toda una secuencia para la prosperidad de la misma.

Para Solano (2010), la capacidad innovadora referente a las tecnologías actuales, representan un desarrollo o manera distinta de cómo realizar las acciones diarias. Es por ello, que la tecnología influyó mucho en las personas en los últimos años, en donde pudimos innovar la capacidad de uno mismo, gracias a estas nuevas tecnologías, la cual hizo que la vida sea más placentera e interesante, con una satisfacción de gozo. Podremos mencionar al periodismo como una de las tendencias emergentes en el contexto inmersivo, que causa un impacto revolucionario mediante las creaciones sensoriales e interactivas dentro de la persona (Domínguez, 2015). Pero en esta ocasión nos enfocaremos en los procesos multimedia referentes a videojuegos, en donde se viene aplicando desde hace mucho tiempo, distintas modificaciones para hacer la experiencia más real e impactante.

Para Acevedo, Chaux & Rodríguez (2016), estos videojuegos virtuales llevan a una persona a explorar todo un mundo nuevo encarnando a un personaje no real, que cuenta con estereotipos elegidos por la misma persona y también sujeto al rol que pueda desempeñar en el videojuego. Por lo tanto, se puede mencionar que las consolas de juego vienen aplicando este proceso de creatividad derivado en la innovación, para la fidelización ante un público infinito, mayormente jóvenes, con el fin que tengan un apego recurrente hacia la marca o producto. Para Mar Carnet (septiembre 2012), una consola de videojuegos, puede tener predominio ante un gran grupo de personas, en su mayoría jóvenes, donde el único uso definido de dicho dispositivo solo es entretener [...]. Es entonces, que la innovación es una manera de crear algo fuera de lo común, que nos llevara a tener nuevas experiencias y experimentar nuevas sensaciones.

Se definió a la Integración, que surge como un medio de conservación o unidad, para el desarrollo de una agrupación. Es un proceso que se reinventó a través del tiempo, adaptándose a las condiciones actuales. La integración está constituida por tener principios de gran importancia, ya que se referencia la perspectiva de una persona, derivado progreso de desarrollo personal y hacia donde lo puede llevar. (Campos, 1989). Las tecnologías actuales ofrecen una eficiencia fuera de lo común, que a su vez producen integraciones grupales de personas con preferencias similares. Para Mejía, López, Hernández & Cerano (2018), las tecnologías tienen un papel importante en el proceso de enseñanza y aprendizaje de una persona, ya que con las tecnologías inmersiva actuales una persona puede visualizar de manera tridimensional un lugar, hasta poder comprender y analizarlo.

Para Parada, Raposo & Martínez (2018), los videojuegos contienen elementos narrativos que puede ejercer una influencia en las personas que lo juegan; Es por ello, que la tecnología es un medio de integración en donde las personas pueden relacionarse, utilizando espacios virtuales de representación gráfica de los ambientes de una sociedad ficticia como de la realidad misma. Para Cuesta & Mañas (2016), estos enfoques han permitido dar paso a una evolución, en el concepto de poder vincularse con otras personas, mediante los nuevos sistemas de interacción entre usuarios, que permiten las plataformas digitales. Toda esta interacción también se convierte en una rutina para la persona, es decir, que la persona se acoge a eso como algo cotidiano. Esta persona podrá reconocer todos los ambientes de dicho mundo virtual creando así un vínculo de persona y videojuego, pero con un peligro hacia al jugador, ya que cuando esa cotidianeidad falte la persona puede presentar cambios bruscos en su personalidad y sus sentimientos, como una desorientación en su modo de vivir (Puente & Sequeiros, 2018).

Por último, se definió al diseño de la acción, que está referida a la forma de poder organizarse y determinar cómo actuar antes de plasmar una idea, estará referenciada a lo que se necesita o requiere un grupo específico. De esta forma, lo importante fue destacar la manera como se puedan llevar a cabo las acciones (Corrales, 2010). Por otra parte, el diseño de una acción no debería ser algo trivial para la forma de organizar una estrategia, no se tendría que haber una limitación

para poder buscar algo satisfactorio. Para Sah & Peng (2019), definen que la manera de actuar de una persona, se relaciona a sus sentimientos. Es entonces que las emociones pueden influir de una manera errónea en una persona y lo lleve a tomar decisiones equivocadas. Para Corrales (2010), nos dice que, al tomar en cuenta las condiciones objetivas como subjetivas, se pueden crear limitaciones como oportunidades, es por ello que un grupo de personas también puede influir y cambiar su comportamiento. Es entonces, que una persona antes de tomar una acción de cambio, tendrá que analizar sus opciones antes de poder actuar en ella.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

Para el presente trabajo de investigación, el tipo de investigación fue de tipo básica. Según Rodríguez (2018), la investigación básica, busca el conocimiento de la realidad o de los fenómenos naturales, para contribuir a una sociedad cada vez más avanzada y que responda mejor a los retos de la humanidad. Por lo tanto, esta investigación ayudará en la aportación de información relativa sobre el tema de la valoración de la comunicación inmersiva relacionada al juego Pokémon Go.

3.1.2. Diseño de investigación

El diseño de la investigación fue de diseño no experimental. Según Hernández, Fernández & Bautista (2010, p. 149), la investigación no experimental, son los estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlo. La variable de la investigación será fija, no tendrá cambios a mediano o largo tiempo, que determinarán una investigación eficiente, sin complicaciones, mientras se va examinando las acciones de los sujetos a investigar en un contexto natural.

3.2. Variables y operacionalización

En la investigación se tuvo una sola variable cuantitativa denominada, Valoración de la comunicación inmersiva. Donde a su vez se desarrollará la definición conceptual y operacional de la misma, que están relacionados con las variables y sus dimensiones.

3.2.1. Definición conceptual

La definición conceptual de la variable, Valoración comunicación inmersiva. Rubio Vega H. (2018) sostiene que la comunicación inmersiva requiere un juego rico de posibilidades de elección, de acceso a la información y de canales de comunicación que pueden edificarse sobre las modernas tecnologías de información. Permite redefinir las relaciones, métodos, estándares y tipologías relacionadas con el intercambio de información entre los diferentes actores, así como auditar el proceso de comunicación y sus resultados. Un buen diseño de comunicación inmersiva

requiere contemplar a priori, diversos grupos de interlocución, diversos actores, diversas capacidades potenciales y ofrecer distintos tipos de interacción basados en el imaginario potencial desarrollado con la innovación.

3.2.2. Definición operacional

La definición operacional de la variable, Valoración de la comunicación inmersiva. Rubio Vega (2018), alude a 3 componentes axiológicos de la comunicación inmersiva: innovación, integración, diseño de la acción; para la operacionalización de la variable en el presente estudio.

3.2.3. Indicadores

Para el presente estudio la variable Valoración de la comunicación inmersiva, estará fragmentada en dimensiones e indicadores. Para Sánchez, Felipe, Thowinson, López & Villareal (2018), un indicador, es la expresión observable y verificable, que logra permitir describir en su totalidad a una variable. Para el presente trabajo de investigación, consta de tres dimensiones que estarán representadas en 16 indicadores:

Tabla 1

Dimensiones e indicadores

Dimensiones		
Innovación	Integración	Diseño de la acción
Indicadores		
- Creación del imaginario potencial	- Grupos de interlocución	- Pervasividad
- Producción de ideas	- Interacción basada en el imaginario	- Ubicuidad
- Participación individual	- Actores	- Cotidianeidad
- Participación grupal	- Capacidad imaginativa	- Continuidad
- Imaginario de alternativas		- Proactividad en la interacción
		- Reactividad en la interacción
		- Reflexibilidad
		- Conveniencia participativa

-
- Distribución de contenido
 - Organización de contenidos
 - Toma de decisiones
 - Soporte material
-

Fuente: Elaboración propia

3.2.4. Escala de medición

Mediante la presente trabajo de investigación se definió que la variable comunicación inmersiva, es una variable de escala ordinal, la cual servirá para poder medir dicha variable, dimensiones e indicadores. Según Coronado (2007), una escala de medición ordinal, es el orden de relevancia que representa cada característica a evaluar de la población, es decir, dividida en categorías de datos los cuales estarán clasificados y ordenados según la relevancia de la muestra elegida. es por ello que se usan etiquetas y símbolos para que nuestra información recolectada pueda indicar una jerarquía en referencia a toda nuestra población.

3.3. Población, muestra y muestreo:

3.3.1. Población

La población de estudio fue finita, ya que tiene un contable número de participantes, que radican en un contexto social medio alto, la cual servirá como el centro de recolección de la información. Según Carrillo (2015), A una población finita se le suele conocer el tamaño de la población, a veces son tan grandes que se comportan como infinitas.

Para conocer el tamaño de la población general se recurrió a Instituto Nacional de Estadísticas más conocido como INEI para obtener la cantidad de todos los jóvenes de 18 a 25 años del distrito de Chancay. INEI (s.f.) Es el Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI, es el organismo técnico especializado, con personería jurídica de derecho público interno, con autonomía técnica y de gestión, [...]. El resultado que nos dio fue la cantidad de 6850 jóvenes de 18 a 25 años residentes del distrito de Chancay. Al haber obtenido la cantidad exacta de la

población se dio paso al procesado de cálculo mediante la fórmula de la muestra finita, la cual dedujo que la muestra para el trabajo de investigación será de 428 jóvenes del distrito de Chancay.

A su vez, en el trabajo de investigación se aplicó un muestreo probabilístico por conveniencia, para delimitar una nueva cantidad de población menor al resultado después del cálculo procesado en la fórmula de la muestra finita. Para Vincenty & Figueroa (2011), el muestro probabilístico por conveniencia, consiste en seleccionar a individuos de una manera no aleatoria, con características similares a de la población objetiva, el cual estará determinado por el investigador a cargo, haciendo más subjetiva y conveniente la recolección de información. Al aplicar este tipo de muestro la cantidad de la muestra final se reducirá a una cantidad menor de jóvenes jugadores que están relacionados con el aplicativo de Pokémon Go.

3.3.2. Criterios de inclusión y exclusión:

Para el presente trabajo de investigación, se contó con una población de estudio, la cual fueron los jóvenes de 18 a 25 años del distrito de Chancay, que estuvo procesados bajo un filtro de criterios de inclusión y exclusión. Según Arias, J., Villasis, M. & Miranda, M. (2016), Los criterios de inclusión, son aquellos que están referido a las características que tienen un sujeto u objeto especial, los cuales serán parte de nuestra investigación. Mientras los criterios de exclusión, estuvo referido a las características y condiciones que pueden presentar los posibles participantes, ya que dichos sujetos presentan dificultades que pueden alterar los resultados o cálculos a investigar, que en consecuencia lo hacen no elegibles para la investigación [...]. Para la presente investigación la población estudiada, cuenta con los siguientes criterios de inclusión y exclusión:

Tabla 2*Criterios de inclusión y exclusión*

Criterios De Inclusión	Criterios De Exclusión
<ul style="list-style-type: none">- Se consideró a jóvenes que vivan en las zonas centro del distrito de Chancay (calles, avenidas, jirones, urbanizaciones, etc.) para mención de algunas ellas tenemos: cl. López de Zúñiga, av. 1ero de mayo, jr. San Martín y urb. San Francisco, etc.- Se consideró a jóvenes, de las zonas centro mencionadas, cuyas edades se encuentren en el rango de los 18 y 25 años de edad que tengan relación con el juego de Pokémon Go.- Se considero a jóvenes que tienen una mayor actividad con el juego de Pokemon, aquellos jóvenes deben de estar en el rango de edad de 18 a 25 años.- Se consideró a jóvenes que actualmente tienen descargado el aplicativo en sus celulares.	<ul style="list-style-type: none">- Se desestimó a jóvenes que vivan en centros poblados aledaños al distrito, todo esto por su difícil acceso & peligro de la zona. Para mención de algunos tenemos: a los CCPP de Chancayllo, San Martín, Laure, Quepepampa, Buena Vista, etc. todas aquellas pertenecientes al Distrito de Chancay.- Se desestimó a jóvenes de edades, menores o mayores, que no se encuentren en el rango de edad definido en la presente investigación.

Fuente: Elaboración propia

3.3.3. Muestra

Para el trabajo de investigación, la muestra fue finita. Según Hernández, Fernández & Baptista (2010), La muestra, es un parte o fracción de la población de estudio elegida, que cuenta con un conjunto de elemento que pertenecen y están definidas por sus características. Se determinó que existe un grupo limitado de jóvenes jugadores relacionados con el aplicativo de Pokémon Go residentes en el distrito de Chancay y algunos otros en los extremos alejados de la ciudad con un déficit de acceso para ser encuestados. Es por ello, que la muestra contó con 428 jóvenes jugadores relacionados al aplicativo de Pokémon Go residentes de dicho distrito.

3.3.4. Muestreo

Para la investigación se utilizó el muestreo no probabilístico por bola de nieve. Para Ochoa (2015), el muestreo por bola de nieve es una técnica de muestreo no probabilística en la que los individuos seleccionados para ser estudiados reclutan a nuevos participantes entre sus conocidos. Esto determinó que la muestra se reduzca y que todos los jóvenes que estén entre las edades de 18 a 25 años y se encuentren relacionados con el juego de Pokémon Go podrán en la actualidad podrán ser elegidos para participar del presente estudio.

3.3.5. Unidad de análisis

La unidad de análisis de la investigación fueron los jóvenes de 18 a 25 años que radiquen en la ciudad de Chancay. Para Hernández, Miraban, Otálora & Uzcátegui (2014), la unidad de análisis, es una entidad que representa cual será el objeto específico a analizar mediante una medición, y se refiere a la importancia e interés que se tiene en la investigación. Para ello, luego de un filtro se definió que nuestra unidad de análisis contó con 100 jóvenes provenientes del distrito de Chancay y que cuenten con conocimiento respectivo hacia el juego de Pokémon Go.

3.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos

3.4.1. Técnica

La técnica de recolección de datos que se utilizó fue la encuesta. Según López & Fachelli (2015), la encuesta, es la principal técnica a utilizar en la recolección de datos, que consiste en la interrogación a sujetos, para obtención de información

que derivaran en conceptos para responder nuestra problemática. La cual, ayudara a obtener la información necesaria para desarrollar nuestra investigación.

3.4.2. Instrumento

La investigación tuvo como instrumento el cuestionario. Según Ander-Egg (1995), el cuestionario, es el conjunto de preguntas diseñadas para ser contestadas por una o más personas, que logran atribuir información para la investigación. Nuestro cuestionario constará de 21 preguntas, que estará sujeto a la medición a la escala Likert, que definirán las respuestas de los encuestados. Según Hernández, Fernández & Baptista (2010), escala Likert, está compuesta por un conjunto de ítems, alineados de una forma descendente, representados en afirmaciones o juicios, que estarán ligados a la opinión de las personas de nuestra muestra de estudio. Que nos llevaran a la obtención de datos precisos según las opiniones de los encuestados.

3.1.1. Validez

En la validación del instrumento se aplicó una evaluación de expertos en el tema investigado, que otorgaron ponderaciones para la validez del instrumento. Además, la verificación se realizó mediante el coeficiente de validación V de AIKEN, el cual tuvo como resultado el promedio del 100% demostrado en la validez. Para Escobar & Cuervo (2008). El juicio de expertos, es la opinión de referentes de trayectoria en el tema a investigar, que brindar información sobre el instrumento de investigación, para ultimar detalles antes de ser aplicado.

Tabla 3*Validadores del instrumento*

Apellidos Y Nombres	Grado Académico como Magíster del Validador	Experiencia Profesional que acredita al validador como experto en el tema investigado
- Mogollón Cruz, Yvy Elizabeth	- Magíster En Administración De Negocios Y Relaciones Internacionales	- Maestra en investigación de mercado & planeamiento estratégico, Sede Lima Ate
- Ronny Rafael, Rojas Rojas	- Magíster En Periodismo Y Comunicación Multimedia	- Maestro en periodismo y comunicación multimedia, Sede Lima Norte
- Vásquez Villacorta, Jorge Armando	- Magíster En Administración Estratégica De Empresas	- Maestro en organización y gestión de empresas de comunicación, Sede Lima Este

Fuente: SUNEDU

3.1.2. Confiabilidad

Para el trabajo de investigación, para la confiabilidad se realizó una prueba piloto a 10 personas representativas de la muestra. Según Pérez & Merino (2015), prueba piloto, se refiere a aquella experimentación que se realiza por primera vez con el objetivo de comprobar ciertas cuestiones. Luego de haber obtenido todos los datos, de las diez personas, se procedió a emplear el software especializado SPSS versión 22, en donde, se calculó el coeficiente de alfa de Cronbach, donde se pudo evaluar la fiabilidad del instrumento. La medida de la fiabilidad mediante el alfa de

Cronbach asume que los ítems (medidos en escala tipo Likert) miden una misma estructura que está relacionada altamente.

Según García, González & Jornet (2010), el alfa de Cronbach, es un modelo de consistencia encargado de promediar las correlaciones de los ítems, además de ellos tienen como ventaja la evaluación de la fiabilidad de los ítems del trabajo de investigación. El resultado que se obtuvo después del proceso en el alfa de Cronbach fue de: 0,748 para la variable Valoración de la Comunicación Inmersiva.

3.5. Procedimientos

Para el presente trabajo de investigación, el procedimiento utilizado para la recolección de datos, fue utilizar la aplicación FormApp de Google para dispositivos Android y iOS, en donde se procedió a transcribir el instrumento a una manera digital, una vez transcrito el instrumento se pudo obtener un enlace determinado: <https://forms.gle/7dq6LLGLZCeUmPBY6>, el cual se compartió con el público elegido para la realización de la prueba piloto. La apertura del instrumento virtual al público fue de fecha 30/09/21 y terminó el 09/10/21.

Para la realización de este proceso se pudo utilizar las redes sociales de Messenger y WhatsApp como canales para enviar el enlace hacia el público seleccionado. Luego de haber obtenido los datos fueron procesados en el SPSS para el desarrollo del Alfa de Cronbach, para la correcta revisión de la confiabilidad. Según Busuela (2005), el SPSS, es una herramienta de tratamiento de datos y análisis estadístico. Los resultados obtenidos fueron presentados mediante un informe correspondiente.

3.6. Método de análisis de datos

Para el presente trabajo de investigación que tiene un enfoque cuantitativo, se utilizará el análisis descriptivo, por medio de gráficos con distribución de frecuencias que serán aplicadas a toda la información obtenida referente de la muestra, por medio de una encuesta, que contara con 52 jóvenes de un rango de edad entre 18 a 25 años del distrito de Chancay, con el fin de describir cuál es la valoración de la comunicación inmersiva en el juego Pokémon Go. Estos resultados obtenidos fueron procesados a través del programa SPSS 22.

3.7. Aspectos éticos

Para la presente investigación se emplearon tesis y artículos con relación directa con la variable de estudio. Y a su vez, se incluyeron los principios éticos que tuvieron como finalidad de transmitir la transparencia de la información utilizada y mostrar un respeto hacia los participantes que conformaron parte del estudio.

Para Martin (2013), El principio de beneficencia, esta premisa representada hace miles de años mediante la ética médica, recogándose en el Juramento Hipocrático. Los orígenes de la medicina tuvieron un elevado carácter moral, puesto que siempre busca hacer el bien hacia sus pacientes. La beneficencia sin una autonomía daría parte a actitudes paternalistas, en decisión sobre lo que es mejor para el enfermo sin contar con su opinión o incluso para su defensa. Mientras que el principio de la no maleficencia, se refiere en no hacer daño a nadie, recogándose del Juramento Hipocrático. Si en cualquier suceso o circunstancia no se puede realizar el bien, al menos no debemos de realizar hacer un mal. Este principio tiene una prevalencia cuando es comparado con los demás principios. Por otro lado, el principio de la autonomía, se define como una capacidad de autodeterminación, al realizar acciones libremente y conscientemente, sin tener condicionantes. El fundamento filosófico esta referenciado a Kant, que afirma que, “el hombre es un fin en sí mismo y nunca puede ser utilizado como un medio”. A su vez, frente al derecho de actuar con libertad, la otra cara de la moneda es saber asumir sus responsabilidades que cada uno realiza. Este principio adquiere una importancia fundamental en la ética contemporánea, teniendo prevalencia sobre el principio de la beneficencia quien primaba en relación medica paciente en tiempos anteriores. Una expresión del principio es el consentimiento informado, que es la importancia capital en la medicina moderna. Por último, el principio de la justicia, se refiere a tratar igual lo que es igual y desigualmente lo que es desigual, dicho de manera más coloquial, a casos iguales se deben tener tratamientos iguales. Es el ultimo principio, porque al paso de la historia fue el que más tardo en tener dicho reconocimiento en la ética biomédica. Actualmente su relevancia está marcada por un sistema sanitario con recursos que son muy limitados frente a un número de usuarios que doblagan dicha cantidad. La justicia pueda plantear dos niveles: en primer lugar, las situaciones en las cuales los pacientes, con patologías o

situaciones similares, precisan unos recursos terapéuticos insuficientes, y por consiguiente se elige a quien se destinan los recursos. En segundo lugar, la justicia puede aplicarse al modo de distribuir cada recurso según el presupuesto que se asigne. Todo esto va correspondiente a los administradores de los sistemas sanitarios para la toma de elecciones.

Así mismo, todos los autores nombrados fueron correctamente citados en las referencias bibliográficas, para ello se utilizó las normas de redacción de estilo APA. Además, se consideró la Guía de Productos de Investigación para postgrado y pregrado de la Universidad Cesar Vallejo (UCV.RVL). Según Moreno & Carrillo (2019), las Normas APA, es un conjunto de directrices que están encargadas para facilitar la comunicación y entendimiento de las publicaciones académicas, especialmente utilizada en las citas textuales ya sean formales o informales y en las referencias bibliográficas del trabajo de investigación.

IV. RESULTADOS

1. OBJETIVO GENERAL

Como resultados del objetivo general, se describió la valoración de la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay, 2021, se expresó en un nivel medio, que se observó en la tabla N°4 y la figura N°1

Tabla 4

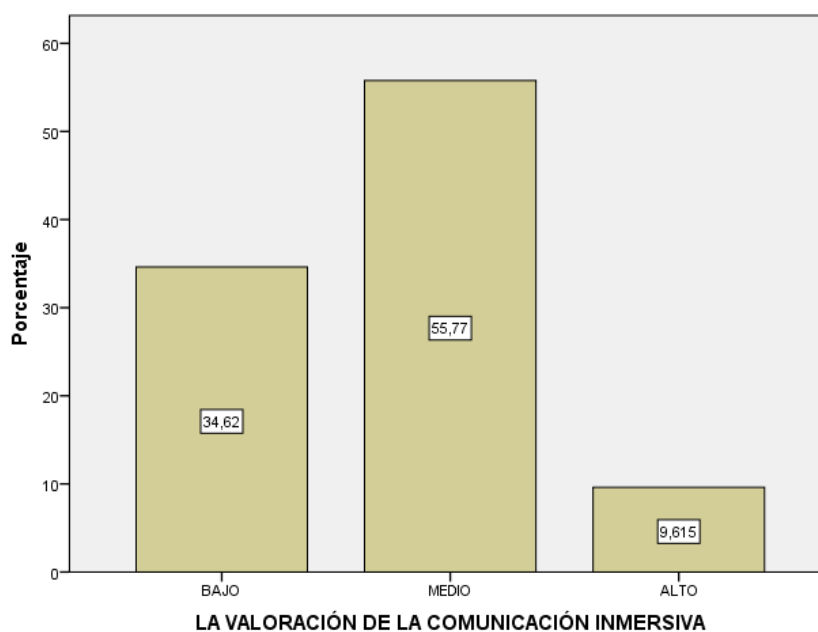
Resultados del objetivo general

Valoración de la comunicación inmersiva					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	BAJO	18	34,6	34,6	34,6
	MEDIO	29	55,8	55,8	90,4
	ALTO	5	9,6	9,6	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta mediante el SPSS

Figura 1

Gráfico de barras de resultados del objetivo general



Fuente: Datos gráficos obtenidos de la encuesta mediante el SPSS

Interpretación:

Como resultado del objetivo general, se detectó un nivel medio de 56% que los jóvenes de 18 a 25 años, Chancay 2021, tuvieron en cuenta de manera moderada la descripción de la valoración de la comunicación del juego de Pokémon Go, que resulto tener una mediana efectividad, frente a un 34,62% alcanzo un nivel bajo y un 9,615% mostro un nivel alto. Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, además, el 56% de los jóvenes del distrito de Chancay manifestaron un nivel medio de saber describir la valoración de la comunicación inmersiva del juego de Pokémon Go. De lo cual se puede apreciar en los resultados de la tabla N°4 y la figura N°1

Esto infiere que, la valoración de la comunicación inmersiva para lo que corresponde sobre el juego de Pokémon Go, obtuvo un nivel medio de 56% debido a que se pudo encontrar de manera moderada los presentes los niveles de innovación, integración y diseño de la acción, debido a que, el interfaz de juego no despertó la imaginación del usuario, tampoco hubo maneras novedosas de relacionarse, ni tampoco interés sobre las estrategias de juego aplicadas, y por último tampoco se presentó una dependencia en las participaciones individual o grupal que tenían los jóvenes del distrito de Chancay. En el juego de Pokémon Go se mostró un nivel bajo para la dimensión innovación del juego donde no se pudo valorar con claridad la creación del imaginario potencial, producción de ideas, participación individual, participación grupal e imaginario de alternativas en los jóvenes del distrito de Chancay. Por otro lado, si se mostró un nivel medio para la dimensión integración, a causa de que los usuarios lograron entender a los grupos de interlocución, la interacción basada en el imaginario, los actores y la capacidad imaginativa que mostraban los jóvenes al momento de interactuar con el juego de Pokémon Go. Por último, también se logró valorar en un nivel medio la dimensión del diseño de la acción en los jóvenes, ya que se encontraron niveles de pervasividad, la ubicuidad, la cotidianeidad, la continuidad, la proactividad en la interacción, la reactividad en la interacción, la flexibilidad, la conveniencia participativa, la distribución de contenido, la organización de contenidos, la toma de decisiones y el soporte material que se logró apreciar en las interacciones que sostenían los jóvenes con el juego de Pokémon Go. Por lo tanto, los jóvenes

indicaron que se logró describir los niveles con los que pudieron relacionarse con el juego de Pokémon Go.

1.1. OBJETIVO ESPECÍFICO 1

Como resultados del objetivo específico 1, se conoció la valoración de la innovación en la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay, 2021, se expresó en un nivel bajo, que se observó en la tabla N°5 y la figura N°2.

Tabla 5

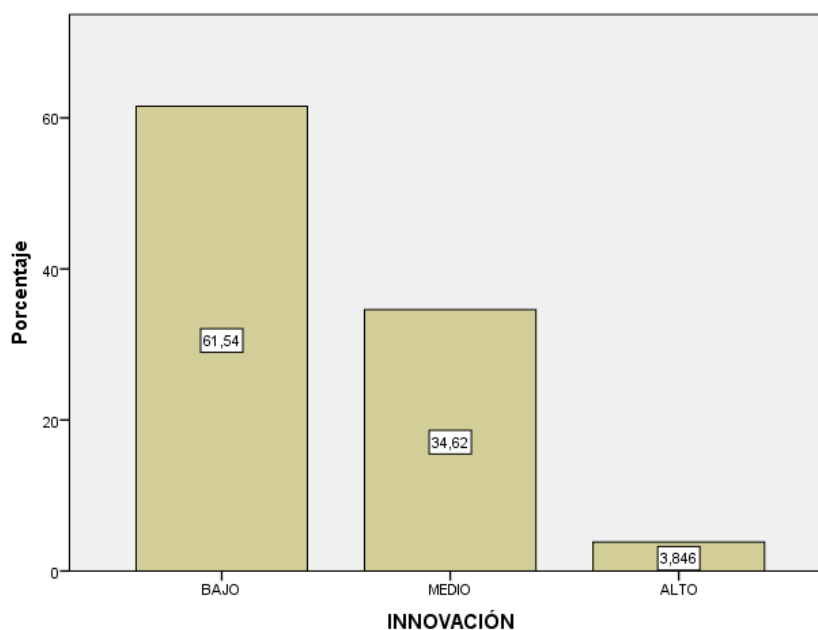
Resultados del objetivo específico 1

Innovación					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	BAJO	32	61,5	61,5	61,5
	MEDIO	18	34,6	34,6	96,2
	ALTO	2	3,8	3,8	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta mediante el SPSS

Figura 2

Gráfico de barras de resultados del objetivo específico 1



Fuente: Datos gráficos obtenidos de la encuesta mediante el SPSS

Interpretación:

Como resultado del primer objetivo específico, se detectó un nivel bajo de 62% que los jóvenes de 18 a 25 años, Chancay 2021, no tuvieron en cuenta el conocer la valoración de la innovación en la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go, que resultó tener una baja efectividad, frente a un 34,62% se mostró en un nivel medio y un 3,84% se mostró en un nivel alto. Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, además, el 62% de los jóvenes del distrito de Chancay manifestaron un nivel bajo de no saber conocer la valoración de la innovación del juego de Pokémon Go. De lo cual se puede apreciar en los resultados de la tabla N°5 y la figura N°2.

Esto infiere que, la valoración innovación para lo que corresponde sobre el juego de Pokémon Go, obtuvo un nivel bajo de 62% debido a que no se encontraron presentes los niveles en la creación del imaginario potencial, producción de ideas, participación individual, participación grupal e imaginario de alternativas. Esto indicó que, el juego de Pokémon Go no llegó a generar la creación del imaginario potencial de los jóvenes, a causa de su interfaz de juego no despertó la imaginación de los usuarios. Igualmente, el aplicativo de realidad aumentada no realizó una

buena producción de ideas, que no fueron mostradas a la hora de buscar maneras novedosas en que los usuarios traten de relacionarse con los demás jugadores. De esta manera, en el juego tampoco hubo una clara participación individual, a causa de que el jugador no mostro un desenvolvimiento ni busco estrategias al momento de relacionarse y estar conectado con el juego. De igual forma, tampoco se mostró una clara participación grupal, donde el jugador no necesito a un grupo de usuario para tener una mejor interacción con el juego. Por último, se percibió que Pokémon Go no genera un buen imaginario de alternativas, a causa de que las estrategias mostradas durante el juego no podrían ser aplicadas en la vida cotidiana del joven. Por lo tanto, los jóvenes indicaron que se logró valorar los niveles con los que pudieron relacionarse con el juego de Pokémon Go.

1.2. OBJETIVO ESPECÍFICO 2

Como resultados del objetivo específico 1, se reconoció la valoración de la integración en la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay, 2021, se expresó en un nivel bajo, que se observó en la tabla N°6 y la figura N°3.

Tabla 6

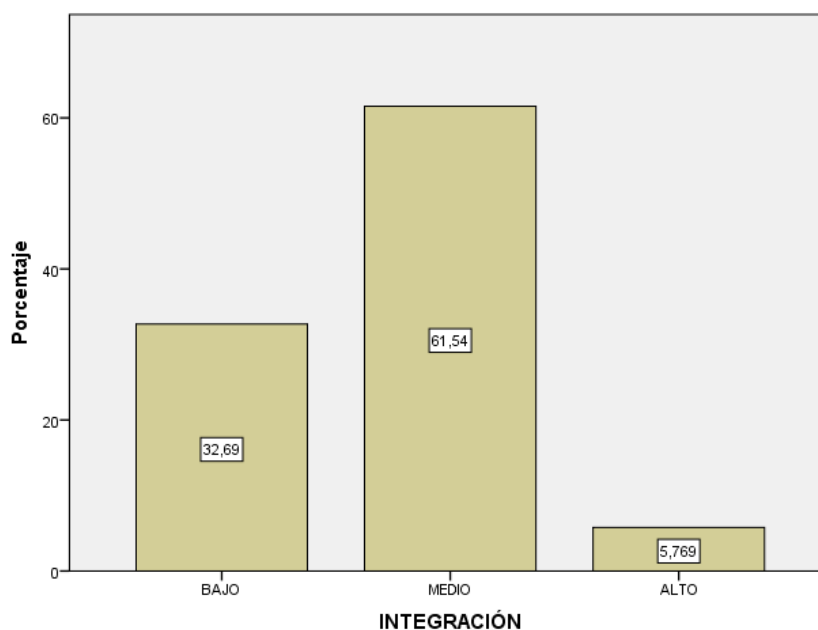
Resultados del objetivo específico 2

Integración					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	BAJO	17	32,7	32,7	32,7
	MEDIO	32	61,5	61,5	94,2
	ALTO	3	5,8	5,8	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta mediante el SPSS

Figura 3

Gráfico de barras de resultados del objetivo específico 2



Fuente: Datos gráficos obtenidos de la encuesta mediante el SPSS

Interpretación:

Como resultado del segundo objetivo específico, se detectó un nivel medio de 62% que los jóvenes de 18 a 25 años, Chancay 2021, no tuvieron en cuenta un reconocimiento de la valoración de la integración de la comunicación inmersiva del juego de Pokémon Go, que resultó tener una mediana efectividad, frente a un 32,69% en nivel bajo y un 5,76% en nivel alto. Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, además, el 62% de los jóvenes del distrito de Chancay manifestaron un nivel medio de saber reconocer la valoración de la integración del juego de Pokémon Go. De lo cual se puede apreciar en los de la tabla N°6 y la figura N°3.

Esto infiere que, la valoración de la integración para lo que corresponde sobre el juego de Pokémon Go, obtuvo un nivel medio de 62% debido a que se encontraron presentes los niveles de grupos de interlocución, interacción basado en el imaginario, actores y capacidad imaginativa. Esto indicó que, en el juego de Pokémon Go se llegó a identificar a los grupos de interlocución, que fue mostrada gracias a la comunicación constante de los usuarios para tener un mejor desempeño en el juego. Igualmente, el juego de realidad aumentada logro mostrar

una interacción basado en el imaginario, a causa de que los usuarios de 18 a 25 años optaron por relacionarse con Pokémon Go para entretenerse y buscar un escape a la realidad. De esta manera, también se pudo identificar a los actores, que fue presentado que las personas de nuestro alrededor pueden influir en el desempeño e interacción del joven con el juego de Pokémon Go. Por último, se percibió que Pokémon Go generó una capacidad imaginativa en los jóvenes usuarios, de los cuales lograron tener un cambio de pensamiento y visión de mundo real después de interactuar con el juego de Pokémon Go. Por lo tanto, los jóvenes indicaron que se logró valorar los niveles con los que pudieron relacionarse con el juego de Pokémon Go.

1.3. OBJETIVO ESPECÍFICO 3

Como resultados del objetivo específico 1, se identificó la valoración del diseño de la acción en la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay, 2021, se expresó en un nivel bajo, que se observó en la tabla N°7 y la figura N°4.

Tabla 7

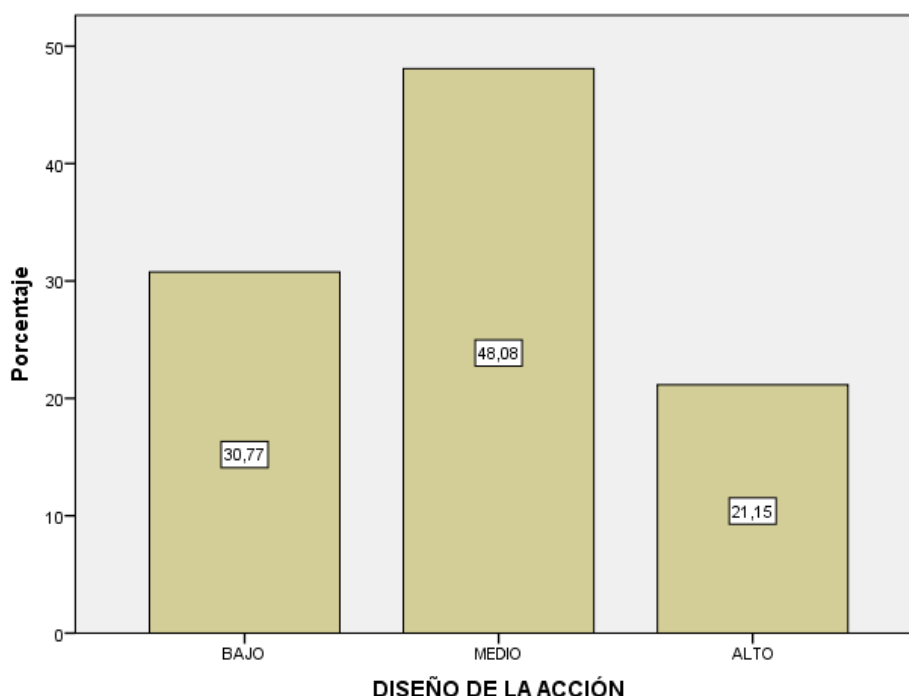
Resultados del objetivo específico 3

Diseño de la acción					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	BAJO	16	30,8	30,8	30,8
	MEDIO	25	48,1	48,1	78,8
	ALTO	11	21,2	21,2	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta mediante el SPSS

Figura 4

Gráfico de barras de resultados del objetivo específico 3



Fuente: Datos gráficos obtenidos de la encuesta mediante el SPSS

Interpretación:

Como resultado del segundo objetivo específico, se detectó un nivel medio de 48% que los jóvenes de 18 a 25 años, Chancay 2021, tuvieron en cuenta identificar la valoración del diseño de la acción de la comunicación inmersiva del juego de Pokémon Go, que resultó tener una mediana efectividad, frente a un 30,77% en nivel bajo y un 21,15% en nivel alto. Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, además, el 48% de los jóvenes del distrito de Chancay manifestaron un nivel medio de saber identificar la valoración del diseño de la acción del juego de Pokémon Go. De lo cual se puede apreciar en los resultados de la tabla N°7 y la figura N°4.

Esto infiere que, la valoración del diseño de la acción para lo que corresponde sobre el juego de Pokémon Go, obtuvo un nivel medio de 48% debido a que se encontraron presentes los niveles de pervasividad, ubicuidad, cotidianeidad, continuidad, proactividad en la interacción, reactividad en la interacción, reflexibilidad, conveniencia participativa, distribución de contenido, organización de

contenidos, toma de decisiones y soporte material. Esto indico que, el juego de Pokémon Go llego a tener una pervasividad, ubicuidad, cotidianidad, donde los jóvenes tuvieron cambios de comportamiento, como una buena interacción y hasta un apego directo hacia el juego a la hora de interactuar. A su vez, también se mostró la una proactividad en la interacción, reactividad en la interacción, donde los jóvenes pudieron tener dominio completo a la hora de ejercer el juego y también mostrar unos cambios de emoción después de jugarlo. Además, encontramos una reflexividad y conveniencia participativa, la cual mostro un control de juego para no caer en el exceso y un desenvolvimiento individual a la hora de su interacción con el juego. Tanto como, se pudo apreciar la distribución de contenido, organización de contenidos, iconos interactivos, toma de decisiones y un soporte material, donde se encontró una buena información del juego y como también saber con quienes lo estabas jugando, donde se pudieron entender los gráficos de interacción, las buenas relaciones de los jóvenes al momento de interactuar y la novedosa representación gráfica de los lugares importantes de la ciudad. Por lo tanto, los jóvenes indicaron que se logró valorar los niveles con los que pudieron relacionarse con el juego de Pokémon Go.

V. DISCUSIÓN

En el objetivo general de la presente investigación fue describir la valoración de la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay 2021, en donde el resultado obtenido sobre la valoración de la comunicación inmersiva por parte de los jóvenes del distrito de Chancay fue de un nivel medio representada con un porcentaje del 56%, por lo tanto, el resultado final mostro una moderada descripción hacia la valoración de la comunicación inmersiva del juego de Pokémon Go, en los niveles de innovación, integración y diseño de la acción que lograron ser descritas de una manera moderada por los jóvenes en el juego de Pokémon Go. Para los resultados obtenidos, coincidimos con la teoría de Carlos Scolari “Hipermediaciones”, nos dice que, una sociedad modelada por las tecnologías modernas condensará las nuevas formas de comunicación digital que retuerquen las percepciones de un usuario. De tal manera, coincidimos con la tesis presentada por Vega (2020), que rectifica que para una mejor comprensión sobre los videojuegos online se deben crear nuevos métodos de relación hacia el usuario considerando el uso responsable en estas plataformas digitales, evitando que el usuario llegue a una adicción a estos. Pero a su vez, se coincidió con el artículo de Rubio (2019), impone que, para tener una comprensión sobre estas nuevas tecnologías, se deberán desarrollar o tener diversos factores, los cuales estén relacionados con la percepción del usuario al momento de apreciar las cosas y hasta con las experiencias personales de cada joven. De tal modo, que la apreciación hacia la valoración de la comunicación inmersiva por parte de los jóvenes pudo haber sido mayor si los niveles de innovación, integración y diseño de la acción hubieran sido descritos de una manera más entendible en el juego de Pokémon Go, al momento de la interacción que tuvieron los jóvenes jugadores. Donde también, se coincidió con lo dicho en el artículo de Escobar & Álvarez (2018), en el cual los resultados mostrados de su investigación dieron a conocer que la principal búsqueda que tienen los jóvenes al momento de relacionarse con estos videojuegos está basada en el entretenimiento. Pero así mismo en otros de sus resultados los jóvenes si lograron alcanzar comprender dicha tecnología inmersiva con la que estuvieron interactuando. De esta manera, se pudo evidenciar la diferencia de poblaciones escogidas para cada estudio, como también la diferente metodología empleada a la hora de aplicar cada investigación, que dieron

diferentes resultados en la apreciación hacia estos videojuegos inmersivos. Por último, coincidimos con el artículo de Ayala, Laurente, Escuza, Nuñez & Diaz (2020), afirman que, las tecnologías inmersivas se convierten en una alternativa de aprendizaje para que un joven pueda realizar sus actividades por medio de distintas representaciones de la realidad a la cual no es de fácil acceso. Ya que en nuestra investigación los jóvenes del distrito de Chancay en su mayoría pudieron tener una buena comprensión con el juego de Pokémon Go y además tener una buena interacción la hora de comunicarse con los demás usuarios mediante el juego. Por lo tanto, se describió de manera satisfactoria la valoración de la comunicación inmersiva por parte de los jóvenes del distrito de Chancay en los niveles de innovación, integración y diseño de la acción, que llevaron a un medio resultado en cuanto a los resultados obtenidos para nuestro objetivo general, donde a su vez se coincidió con los antecedentes mencionados.

En cuanto al primer objetivo específico, el cual fue conocer la valoración de la innovación en la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay 2021, en donde el resultado obtenido sobre la valoración de la innovación de la comunicación inmersiva fue de un nivel bajo que estuvo representado con un porcentaje de 62%, por lo tanto, el resultados obtenidos mostraron un bajo conocimiento hacia la valoración de la innovación de la comunicación inmersiva en el juego de Pokémon Go, en los niveles de creación del imaginario potencial, producción de ideas, participación individual, participación grupal e imaginario de alternativas que no lograron ser conocidas por los jóvenes en el juego de Pokémon Go. Para los resultados obtenidos, coinciden con la teoría de Carlos Scolari "Hipermediaciones", nos dice que, las nuevas tecnologías digitales, son las causantes de modificar la forma de percepción del tiempo y el espacio de un usuario a la hora de interactuar con dichas tecnologías. De tal manera, también se coincidió con el artículo de Rubio (2019), afirmo que, la implementación de estas tecnologías inmersivas en la vida de los usuarios permite ver nuevos potenciales de usos en la vida diaria, a la hora de adquirir informaciones procedentes de estos espacios físicos generados de forma artificial. En base a lo dicho, se puede afirmar que en nuestra investigación faltó una mejor comprensión por parte de los jóvenes del distrito de Chancay, ya que no se mostraron valores derivados hacia la creación del imaginario potencial, ni hacia una producción de

ideas, ni un desenvolvimiento hacia un imaginario de alternativas basadas en el juego de Pokémon Go. Así mismo, se coincide con el artículo de Gallastegui (2018) que sostuvo que este tipo de tecnologías pueden sumergir en un espacio virtual a la persona o usuario quien esté relacionado en su momento, mostrándole una variedad de locaciones ficticias de tal forma que se dé una conexión directa, en donde se llegue a perder la comprensión del mundo real. De igual forma, en nuestros resultados se pudo apreciar que la forma de relación que tuvieron los jóvenes del distrito de Chancay no logro a mostrar valores derivados hacia una participación individual resaltante, ni una participación grupal que llevaran a una beneficiosa interacción con el juego de Pokémon Go. Así mismo, se discrepa con el segundo resultado del artículo de Escobar & Álvarez (2018) donde muestra que el 92% de sus participantes de su investigación logro apreciar de manera positiva y clara, los contenidos e información brindados al momento de que se relacionaran con estas tecnologías inmersivas. Ya que en nuestra investigación la comprensión hacia la valoración de la innovación un fue positiva, en todo caso ya sea por los diferentes métodos empleados o la población utilizada como centro de su investigación. Por lo tanto, no se logró conocer de manera satisfactoria la valoración de la innovación de la comunicación inmersiva por parte de los jóvenes del distrito de Chancay en los niveles de creación del imaginario potencial, producción de ideas, participación individual, participación grupal e imaginario de alternativas, que llevaron a un bajo resultado en cuanto a los resultados obtenidos para nuestro primero objetivo específico, donde a su vez se pudo tener muy poca coincidencia en cuanto a los resultados de algunos antecedentes mencionados.

Para nuestro segundo objetivo específico, el cual fue reconocer la valoración de la integración en la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay 2021, en donde el resultado obtenido sobre la valoración de la integración de la comunicación inmersiva fue de un nivel medio que estuvo representado con un porcentaje de 62%, por lo tanto, los resultados obtenidos mostraron un moderado reconocimiento hacia la valoración de la integración de la comunicación inmersiva en el juego de Pokémon Go, en los niveles de los grupos de interlocución, interacción basado en el imaginario, actores y capacidad imaginativa que lograron ser reconocidas por los jóvenes en el juego de Pokémon Go. Para los resultados obtenidos, discrepamos con la teoría de Carlos Scolari

“Hipermediaciones”, nos dice que, el ciberespacio es un lugar donde los usuarios interactúan, y están obligados a incorporarse a ella de manera temporal siguiendo las actividades se muestran en ella. De tal manera, estos resultados si son coincidentes con el artículo de Ayala, Laurente, Escuza, Nuñez & Diaz (2020), donde sus resultados de su investigación mostraron que los grupos de estudiantes al relacionarse con estos espacios inmersivos evidencian cualidades de asombro por la forma de cómo están representados el espacio físico de manera virtual y a su vez generaron una expectativa de deseo para una visita de manera presencial. En base a lo dicho, en los resultados de nuestra investigación mostro que los jóvenes del distrito de Chancay lograron tener una experiencia satisfactoria con los espacios inmersivos que presentaron valores derivados hacia la capacidad imaginativa, los actores y hasta los grupos de interlocución, por parte del joven al momento de su interacción con el juego de Pokémon Go. A su vez, también corroboramos con la tesis de Vega (2020) que mostro en sus resultados de su estudio que un 46% de los estudiantes universitarios estudiados mostraron una capacidad emocional agresiva a la hora de interactuar con los juegos inmersivos. De esta manera, también se mostraron valores hacia la interacción basada en el imaginario, que llevaron a que el joven pueda variar su comportamiento mediante su imaginación después de estar interactuando o no haber logrado satisfacer su necesidad mediante el juego. Pero existe una discrepancia con el artículo de Gallastegui (2018), que describe y manifiesta en su contexto de análisis mencionando al juego de Call of Duty como un medio de reclutamiento o entrenamiento de jóvenes para convertirse en los futuros soldados. Ya que en los resultados de nuestra investigación mostraron que un joven podría evidenciar comportamiento por el desenlace a la hora de su interacción, pero sin perder la noción de sus actos realizados. Por ello, definimos que la integración de cada joven hacia un juego inmersivo no necesariamente lleva a seguir un mismo desenlace, sino que todo es distinto, varia en cuanto a los grupos de interlocución, interacción basada en el imaginario, actores y capacidad imaginativa, que se puedan mostrar al momento cuando un joven interactúe con estos juegos inmersivos. Por lo tanto, se pudo reconocer de manera satisfactoria la valoración de la integración de la comunicación inmersiva por parte de los jóvenes del distrito de Chancay en los niveles de grupos de interlocución, interacción basado en el imaginario, actores y

capacidad imaginativa, que llevaron a un medio resultado en cuanto a los resultados obtenidos para nuestro segundo objetivo específico, donde a su vez se coincidió con algunos resultados de los antecedentes mencionados.

Y por último, en nuestro tercer objetivo específico, el cual fue identificar la valoración del diseño de la acción en la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay 2021, en donde el resultado obtenido sobre la valoración del diseño de acción de la comunicación inmersiva fue de nivel medio que estuvo representado con un porcentaje de 48%, por lo tanto estos resultados mostraron una moderada identificación hacia la valoración del diseño de acción de la comunicación inmersiva en el juego de Pokémon Go, en los niveles de pervasividad, ubicuidad, cotidianeidad, continuidad, proactividad en la interacción, reactividad en la interacción, reflexibilidad, conveniencia participativa, distribución de contenido, organización de contenidos, toma de decisiones y soporte material que lograron ser identificados en el juego de Pokémon Go. Para los resultados obtenidos, coincidimos con la teoría de Carlos Scolari "Hipermediaciones", nos dice que, las nuevas tecnologías participativas le ofrecen al usuario las posibilidades de poder crear y compartir sus propios contenidos mediante su interacción. De esta manera, también coincidimos con los resultados del artículo de Ayala, Laurente, Escuza, Nuñez & Diaz (2020), donde muestra al docente de estudio permitir que sus estudiantes al relacionarse con los espacios inmersivos puedan tener la libertad de crear y asignar nuevas formas a dichos espacios, todo esto con la finalidad de lograr un desenvolvimiento mayor. En base a lo dicho resaltamos que los jóvenes del distrito de Chancay, lograron apreciar los valores de proactividad en la interacción, reactividad en la interacción, organización de contenidos, toma de decisiones y soporte material, entre otros, mostrados por el juego de Pokémon Go, donde un joven puede tener la acción de desenvolvimiento dependiendo del tiempo que este interactuando. De esta manera, se coincide con la descripción de los resultados del artículo de Escobar & Álvarez (2018), mencionan que, los medios inmersivos deber de utilizar canales diversos para tener un buen alcance hacia los usuarios y adicionalmente tener en cuenta la manera de su usabilidad. A lo dicho, se pudo apreciar que mediante el comportamiento que tuvieron los jóvenes al momento de su interacción, buscaron las mejores zonas de la localidad para interactuar con Pokémon Go y, a su vez, tuvieron la comprensión de cuáles eran los

límites de juego. En esto se llegaron a mostrar niveles la pervasividad, ubicuidad y cotidianeidad hacia el juego de Pokémon Go en relación a su interacción con los jóvenes del distrito de Chancay. También coincidimos con el contexto del artículo de Gallastegui (2018), que nos comenta que en el juego de Call Of Duty la relación de la inmersión que tenga un joven usuario varía de acuerdo a los recursos que se manejen, de igual manera el jugador se sumergirá a dicho mundo virtual donde todo está desarrollado de manera sintética, con un contexto narrativo atractivo. Ya que en los resultados obtenidos en nuestra investigación se logró apreciar que algunos jóvenes del distrito de Chancay lograron sacar más provecho al juego de Pokémon Go a causa de tener un mejor dispositivo con el cual podían interactuar. Por lo tanto, se pudo identificar de manera satisfactoria la valoración del diseño de la acción de la comunicación inmersiva por parte de los jóvenes del distrito de Chancay en los niveles de pervasividad, ubicuidad, cotidianeidad, continuidad, proactividad en la interacción, reactividad en la interacción, reflexibilidad, conveniencia participativa, distribución de contenido, organización de contenidos, toma de decisiones y soporte material, que llevaron a un mediano resultado en cuanto a los resultados obtenidos para nuestro tercer objetivo específico, en donde a su vez se coincidió con algunos resultados de los antecedentes mencionados.

VI. CONCLUSIONES

- Primero** Se concluyó que, en base a los resultados obtenidos para el objetivo general el nivel para describir la valoración de la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay, 2021, se manifestó en un nivel medio de 56%, implicando que, la valoración de la comunicación inmersiva en el juego de Pokémon Go, fue descrita de manera moderada, debido a que tuvo una baja valoración en cuanto a niveles de entendimiento basados en la innovación, integración y diseño de la acción, ya que hubo un bajo conocimiento sobre la creación del imaginario potencial, como la producción de ideas, los imaginarios de alternativas, y también las participaciones individuales como grupales en los jóvenes relacionadas este tipo de tecnologías de realidad aumentada. Pero a su vez, se pudo percibir una sutil valoración al momento de la interacción de los jóvenes cuando se relacionaban con el juego aplicativo y la forma de tomar acción a la hora de jugar con el mismo.
- Segundo** Se concluyó que, en base a los resultados obtenidos para el primer objetivo específico el nivel para conocer la valoración de la innovación en la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay, 2021, se manifestó en un nivel bajo de 62%, implicando que, la valoración de la innovación del juego de Pokémon Go, no fue valorada, debido a que faltó conocer los niveles de la creación del imaginario potencial, la producción de ideas, el imaginario de alternativas y las participaciones individuales como grupales, que no se mostraron a la hora de la interacción de los jóvenes con el juego.
- Tercero** Se concluyó que, en base a los resultados obtenidos para el segundo objetivo específico el nivel para reconocer la valoración de la integración en la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay, 2021, se manifestó en un nivel medio de 62%, implicando que, la valoración de la integración del juego de Pokémon Go, fue reconocida de forma satisfactoria, debido

a que se logró valorar los niveles de grupos de interlocución, interacción basado en el imaginario, actores y capacidad imaginativa, que llevaron al desenvolvimiento de los jóvenes en su manera de interacción con el juego, como también en su vida social con los demás jugadores.

Cuarto

Se concluyó que, en base a los resultados obtenidos para el tercer objetivo específico el nivel para identificar la valoración del diseño de la acción en la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go en jóvenes de 18 a 25 años, Chancay, 2021, se manifestó en un nivel medio de 48%, implicando que, la valoración del diseño de la acción del juego de Pokémon Go, fue identificada de manera exitosa, debido a que se logró valorar los niveles pervasividad, ubicuidad, cotidianeidad, continuidad, proactividad en la interacción, reactividad en la interacción, reflexibilidad, conveniencia participativa, distribución de contenido, organización de contenidos, toma de decisiones y soporte material. En la manera de que un joven tuvo cambios ligeros en su comportamiento a causa de su interacción con el juego de Pokémon Go, pero de los cuales ellos supieron como tener el control de sus actos.

VII. RECOMENDACIONES

- Primero** Se recomienda que, en relación al objetivo general el aplicativo de realidad aumentada de Pokémon Go, se debe seguir investigando la comunicación inmersiva, para poder describir de manera clara y precisa la interacción que tienen los jóvenes con los juegos de realidad aumentada.
- Segundo** Se recomienda que, en relación al objetivo específico 1 el aplicativo de realidad aumentada de Pokémon Go, realice modificaciones en su interfaz de juego, para que los jóvenes que interactúen con ella puedan conocer mas sobre las innovaciones que muestra el juego.
- Tercero** Se recomienda que, en relación al objetivo específico 2 el aplicativo de realidad aumentada de Pokémon Go, realice una mejor difusión de identidad sobre los jugadores, que llevara a un mejor reconocimiento de los usuarios para saber con quién se está interactuando y así, lograr una mejor integración en el juego.
- Cuarto** Se recomienda que, en relación al objetivo específico 3 el aplicativo de realidad aumentada de Pokémon Go, se identifique la forma de desenvolvimiento de los jóvenes al momento de relacionarse con el juego, para tener un conocimiento sobre su forma de tomar acción al momento de su interacción.

REFERENCIAS:

- Acevedo, A., Chaux, J., & Rodríguez, U. (2016). The relationships into the video games massively multiplayer online role-playing game (MMORPG). *Athenea Digital*, 16(3), 131-165. <https://bit.ly/3qX8Anq>
- Aguilar, L. & Adell, F. (2018). The evaluation tool of an educational video game oriented to the learning of prosodic and communicative skills. *Revista de Educación a Distancia*, (58). <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/75066/1/09.pdf>
- Ander-egg, E. (1995). Técnicas de investigación social. Lumen. <https://epiprimero.files.wordpress.com/2012/01/ander-egg-tecnicas-de-investigacion-social.pdf>
- Carrillo, A. (2015). Población y Muestra. Universidad Autónoma Del Estado De México <http://ri.uaemex.mx/oca/bitstream/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>
- Ayala, R., Laurente, C., Escuza, C., Núñez, L., & Díaz, J. (2020). Mundos virtuales y el aprendizaje inmersivo en educación superior. *Propósitos y Representaciones*, 8(1), 2310 – 4635. <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2020.v8n1.430>
- Basuela, E. (2005). SPSS: Un instrumento de análisis de datos Cuantitativos, 2(4), 62 -69. <https://bit.ly/3cAZcgR>
- Campos, I. (1989). El concepto de integración y su puesta en práctica en la formación académica de la escuela de trabajo social de la universidad de Costa Rica. *Revista Educación*, Vol. 13, 1989. Universidad de Costa Rica. <https://bit.ly/3FD14Su>
- Cantero, J. & Sidorenko, P. & Herranz, J. (2018). Realidad virtual, contenidos 360° y periodismo inmersivo en los medios latinoamericanos. Una revisión de su situación actual. *Contratexto*, 29(1), 79 – 103. <https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/download/1816/2064>

- Coronado, J. (2007). Escalas de Medición. *Paradigmas*, 2(2), 104 – 125.
<https://bit.ly/3qR73iG>
- Corrales, M. (2010). Plan de acción. En *Metodologías de Investigación Cualitativa (Investigación-acción)* Portal Investiga. <https://bit.ly/3cEutzf>
- Cuesta, U. y Mañas, L. (2016). Integración de la realidad virtual inmersiva en los Grados de Comunicación. *Dialnet*, 14(2), 1 - 21. <https://bit.ly/3oPGojw>
- Diestro, J. & Garcia, R. (2018). “ELABORACIÓN DE UNA VISITA VIRTUAL INMERSIVA A LA CIUDADELA DE MACHU PICCHU PARA EL HUÉSPED DEL HOTEL LOS DELFINES PARA MEJORAR LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA”. [*Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres*] <https://bit.ly/3DHNSve>
- Domínguez, E. (2015). Immersive journalism or how virtual reality and video games are influencing the interface and the interactivity of news storytelling. *Profesional de la Información*, 24 (4), 413 - 423.
https://www.scipedia.com/public/Dominguez-Martin_2015a
- Escobar Alvarez, K., & Alvarez Zapata, D. (2019). Tecnologías inmersivas como estrategia de comunicación. *JSR Funlam Journal of Students' Research (histórico)*, 0(3), 54-65. <https://doi.org/10.21501/25007858.3131>
- Escobar-Pérez, J. y Cuervo-Martínez, A. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. En *Avances en Medición*, 6, 27-36.
http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/71113/8574/5708/Articulo3_Juicio_de_expertos_27-36.pdf
- Gallastegui, S. (2018). Inmersión y emersión en los juegos digitales. Un modelo de análisis. *Icono* 14, 16(2), 51-73
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/5525/552556484015/html/index.html>
- García, F. (2012). Conceptos Sobre Innovación. <https://bit.ly/3cy8WbO>
- García, R., González, J. & Jornet, J. (2010). SPSS: Análisis de fiabilidad. <https://bit.ly/3oQCbw7>

- González A., & Chávez, G. (2011). La realidad virtual inmersiva en ambientes inteligentes de aprendizaje. Un caso en la educación superior. ICONO14, 9(2), 122-137. <https://bit.ly/3cw6Rqi>
- González, M. (1997). Metodología de la investigación social. Técnicas de recolección de datos. Agua clara.
- Hernández, J., Mirabal, P., Otálora, J. & Uzcátegui, M. (2014). Población, Muestra, Informantes Claves, Variable y de unidad de análisis. [*Tesis Maestría, Universidad Pedagógica experimental libertador*]. <https://es.slideshare.net/mobile/jthd40/poblacin-muestra-informantes-clave-variable-unidad-de-analisis>
- Herranz de la Casa, J., Caerols Mateo, R., & Sidorenko Bautista, P. (2019). La realidad virtual y el vídeo 360° en la comunicación empresarial e institucional. *Revista De Comunicación*, 18(2), 177-199. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A9>
- INEI Instituto nacional de Estadísticas e Informática. (s. f.). INEI Instituto nacional de Estadísticas e Informática. <https://www.inei.gob.pe/nosotros/>
- López, P. & Fachelli, S. (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa. <https://bit.ly/3FwLhos>
- Mar Carnet (septiembre, 2012). Innovación en interfaces para videojuegos desde el Game. *Revista De Estudios De Juventud*, 98, 135 – 149. <https://bit.ly/3HG2PQV>
- Martin, S. (2013). ARTÍCULO DE REFLEXIÓN: LA PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN APLICACIÓN DE LOS PRINCIPIOS ÉTICOS A LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. *Enfermería en Cardiología* (58-59): 27 - 30 https://www.enfermeriaencardiologia.com/wp-content/uploads/58_59_02.pdf
- Mejía, G., López, M., Hernández, E. y Cerano, J. (2018). Diseño de un modelo de evaluación mediante la integración de tecnología inmersiva y a distancia. Elsevier. <https://bit.ly/32l4hli>

- Moreno, D. & Carrillo, J. (2019). Normas APA. Guía de citación y referenciación. Ediciones. 7° ed.). Universidad Central. <https://bit.ly/3Fz9gU6>
- Otzen, Tamara, & Manterola, Carlos. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Parada, Á., Raposo, M., & Martínez, E. (2018). Improving attention with videogames? A case study. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 29 (3), 94 -1 09. <https://doi.org/10.5944/reop.vol.29.num.3.2018.23323>
- Pérez, J. & Merino, M. (2015). Definición de prueba piloto. Definición. DE <https://definición.de/prueba-piloto/>
- Puente, H. & Sequeiros, C. (2019). Goffman and videogames: A sociological approach from the dramaturgical perspective to entertainment and leisure devices. *Revista Española De Sociología*, 28 (2), 289 – 304. <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/6937353.pdf>
- Pullido, M. (2015). Ceremonial y protocolo: métodos y técnicas de investigación científica. *Opción*, 31(1), 1137 – 1156. <http://www.produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/download/20167/20092>
- Rodríguez, D. (2018, febrero). Investigación Básica: características, definición, ejemplos. <https://www.google.com/amp/s/www.lifeder.com/investigacion-basica/amp/>
- Rubio, J. (2019). Realidad extendida, interactividad y entornos inmersivos 3D: Revisión de la literatura y proyecciones. *Icono* 14, 1(1), 396-415. <https://icono14.net/ojs/index.php/actas/article/view/1330>
- Rubio, H. (2018). Participación Inmersiva. La comunicación de la ciencia como constituyente de lo social. Ediciones Universidad Salamanca. <https://bit.ly/30G6NZf>

- Sah, Y. & Peng, W. (2019). How does interactivity in a video game render people susceptible? A mediating role of concrete-level action identify in immersive media. *Cyberpsychology*, 13 (4). <https://doi.org/10.5817/CP2019-4-4>
- Sánchez, O., Felipe, A., Thowinson, J., López, J. & Villareal, S. (2018). Guía para la construcción y análisis de indicadores. Departamento nacional de Planeación. <https://bit.ly/3CCb4tz>
- Solano, G. (2010). “Conceptos básicos de innovación”. Imprime. <https://bit.ly/3r0w4b9>
- Scolari, C. (2008). “Teoría De Las Hipermediaciones: Elemento Para Una Teoría De La Comunicación Digital Interactiva”. Gedisa. <https://bit.ly/30PFcVt>
- Vega, M., 2020. “Agresividad e Inmersión en universitarios varones usuarios de videojuegos en cabinas de internet”. [*Tesis de pregrado, PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ*]. <https://bit.ly/3x9ITIJ>
- Ochoa, C., (2015). “Muestreo no probabilístico por bola de nieve”. Netquest <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-bola-nieve>

ANEXOS

ANEXO 1: OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE: VALORACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INMERSIVA

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Valoración de la comunicación inmersiva	Rubio Vega H. (2018) sostiene que la comunicación inmersiva requiere un juego rico de posibilidades de elección, de acceso a la información y de canales de comunicación que pueden edificarse sobre las modernas	Desde la definición conceptual de la variable valoración de la comunicación inmersiva, Rubio Vega (2018), alude a 5 componentes axiológicos de la comunicación inmersiva: innovación, integración, diseño de la acción, estructura	Innovación	Creación del imaginario potencial	1	Ordinal
				Producción de ideas	2	
				Participación individual	3	
				Participación grupal	4	

	<p>tecnologías de información. Permite redefinir las relaciones, métodos, estándares y tipologías relacionadas con el intercambio de información entre los diferentes actores, así como auditar el proceso de comunicación y sus resultados. Un buen diseño de comunicación inmersiva requiere contemplar a priori, diversos grupos de interlocución, diversos actores, diversas</p>	<p>nodal y áreas de interés; dentro de las cuales, se tomarán las tres primeras para la operacionalización de la variable en el presente estudio.</p>		<p>Imaginario de alternativas</p>	5	
				<p>Grupos de interlocución</p>	6	
				<p>Interacción basado en el imaginario</p>	7	
			Integración	<p>Actores</p>	8	
				<p>Capacidad imaginativa</p>	9	
			Diseño de la acción	<p>Pervasividad</p>	10	
				<p>Ubicuidad</p>	11	
				<p>Cotidianeidad</p>	12	

	<p>capacidades potenciales y ofrecer distintos tipos de interacción basados en el imaginario potencial desarrollado con la innovación.</p>			<table border="1"> <tr> <td data-bbox="228 517 331 781">Continuidad</td> <td data-bbox="228 405 331 517">13</td> </tr> <tr> <td data-bbox="331 517 491 781">Proactividad en la interacción</td> <td data-bbox="331 405 491 517">14</td> </tr> <tr> <td data-bbox="491 517 651 781">Reactividad en la interacción</td> <td data-bbox="491 405 651 517">15</td> </tr> <tr> <td data-bbox="651 517 754 781">Reflexibilidad</td> <td data-bbox="651 405 754 517">16</td> </tr> <tr> <td data-bbox="754 517 914 781">Conveniencia participativa</td> <td data-bbox="754 405 914 517">17</td> </tr> <tr> <td data-bbox="914 517 1074 781">Distribución de contenido</td> <td data-bbox="914 405 1074 517">18</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1074 517 1233 781">Organización de contenidos</td> <td data-bbox="1074 405 1233 517">19</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1233 517 1394 781">Toma de decisiones</td> <td data-bbox="1233 405 1394 517">20</td> </tr> </table>	Continuidad	13	Proactividad en la interacción	14	Reactividad en la interacción	15	Reflexibilidad	16	Conveniencia participativa	17	Distribución de contenido	18	Organización de contenidos	19	Toma de decisiones	20	
Continuidad	13																				
Proactividad en la interacción	14																				
Reactividad en la interacción	15																				
Reflexibilidad	16																				
Conveniencia participativa	17																				
Distribución de contenido	18																				
Organización de contenidos	19																				
Toma de decisiones	20																				

					Soporte material	21	
--	--	--	--	--	------------------	----	--

ANEXO 2: CUESTIONARIO ESCALA TIPO LIKERT

VALORACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INMERSIVA DEL JUEGO POKEMON GO EN JÓVENES DE 18 A 25 AÑOS, CHANCAY 2021

“CUESTIONARIO”

Estimado(a) señor(a) agradezco su valiosa colaboración. Nuestro objetivo de investigación será recopilar toda información posible sobre el tema de la comunicación inmersiva del juego Pokémon Go. Sus respuestas son totalmente confidenciales, así que por favor sea lo más honesto posible.

Muchas gracias.

INSTRUCCIONES:

Cada pregunta presenta cinco alternativas, priorice y marque con una “X” la respuesta que usted crea conveniente.

Escala Likert				
1	2	3	4	5
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

N°	ÍTEM	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	Siente que el juego Pokémon Go, despierta potencialmente su imaginación.					
2	Cree que el juego Pokémon Go, le permitirá producir nuevas ideas de comunicarse al momento de relacionarse con los demás.					
3	La participación individual llevará a un usuario a desenvolverse y crear nuevas estrategias de					

	juego al momento de interactuar con el aplicativo de Pokémon Go.					
4	La participación de manera grupal de los usuarios, es necesaria para obtener una mayor satisfacción de logro en el juego Pokémon Go.					
5	En la vida cotidiana, pueden ser aplicadas o utilizadas las estrategias competitivas desarrolladas en el juego Pokémon Go.					
6	La comunicación constante entre usuarios, llevara a un mejor desempeño al momento de interactuar con juego Pokémon Go.					
7	El juego Pokémon Go, sirve como un escape de la realidad, en un contexto de relajación y entretenimiento.					
8	Siente que las personas de nuestro entorno, causan un desempeño negativo del usuario al momento de su interacción con el juego Pokémon Go.					
9	El juego Pokémon Go, llevara o modificara el modo de pensar de los usuarios en el mundo real.					
10	Siente que el juego Pokémon Go, causa un cambio en su comportamiento social del usuario.					
11	Cree que el juego Pokémon Go, puede ser jugado en diferentes zonas rurales de su localidad.					
12	Siente que el juego Pokémon Go se convierte en una acción necesaria en la vida del usuario.					
13	Cree que el juego Pokémon Go, deberá ser jugado diariamente por el usuario.					
14	El juego de Pokémon Go, puede llevar a que un usuario pierda conciencia de lo que puede ocurrir a su alrededor.					
15	Siente que el juego Pokémon Go puede causar alteraciones en las emociones de un usuario.					
16	La continua interacción con el juego Pokémon Go, podría llevar a que el usuario tenga problemas de adicción hacia el juego.					
17	Siente que en el juego de Pokémon Go fue creado para que un usuario pueda jugarlo únicamente de manera grupal.					

18	El juego de Pokémon Go, muestra la información necesaria para saber la identidad de los demás usuario.					
19	Cree que el juego Pokémon Go, contiene iconos interactivos de fácil entendimiento para todos los usuarios.					
20	El juego Pokémon Go, puede llevar a realizar acciones contra su voluntad del usuario.					
21	El juego de Pokémon Go, suele mostrar buenas representaciones gráficas detalladas de los lugares más destacados de tu distrito.					

ANEXO 3: FÓRMULA POBLACIÓN FINITA

Excel spreadsheet titled "Fórmula para cálculo de la muestra - Excel" showing the calculation of sample size for a finite population.

DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

CONSIDERANDO EL UNIVERSO FINITO

FÓRMULA DE CALCULO

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N-1) + (Z^2 \cdot p \cdot q)}$$

Donde:

- Z = nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de Z)
- p = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado
- q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p
- N = tamaño del universo (Si conoce pueblo que es finito)
- e = Error de estimación máximo aceptado
- n = Tamaño de la muestra


INGRESO DE DATOS

Z =	1.96
p =	95%
q =	5%
N =	6.844
e =	2%

95%	1.96
90%	1.65
91%	1.7
92%	1.75
93%	1.81
94%	1.88

TAMAÑO DE MUESTRA

n = 427.76



ANEXO 4: V DE AIKEN

Valido (V Aiken) - Excel

¿Quié desea hacer?

Normal Bueno Incorrecto Neutral

Calcular Validación de datos Celdas vinculadas Entradas

AutoSuma Rellenar Ordenar y filtrar Buscar y seleccionar

Archivos Inicio Invertir Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda Nitro Pro 10

Portapapeles Fuente Alineación Número

Compartir

Edición

Preguntas

COEFICIENTE DE VALIDACION

Quantitativo

Preguntas	experto 1	experto 2	experto 3	Suma	V	Promedio
ITEM 1	1	1	1	3	100%	1
ITEM 2	1	1	1	3	100%	1
ITEM 3	1	1	1	3	100%	1
ITEM 4	1	1	1	3	100%	1
ITEM 5	1	1	1	3	100%	1
ITEM 6	1	1	1	3	100%	1
ITEM 7	1	1	1	3	100%	1
ITEM 8	1	1	1	3	100%	1
ITEM 9	1	1	1	3	100%	1
ITEM 10	1	1	1	3	100%	1
ITEM 11	1	1	1	3	100%	1
ITEM 12	1	1	1	3	100%	1
ITEM 13	1	1	1	3	100%	1
ITEM 14	1	1	1	3	100%	1
ITEM 15	1	1	1	3	100%	1
ITEM 16	1	1	1	3	100%	1
ITEM 17	1	1	1	3	100%	1
ITEM 18	1	1	1	3	100%	1
ITEM 19	1	1	1	3	100%	1
ITEM 20	1	1	1	3	100%	1
ITEM 21	1	1	1	3	100%	1
					100%	

COEFICIENTE DE V DE AIKEN

$$V = \frac{s}{n(c-1)}$$

Siendo:
 S= la suma de si
 Si= valor asignado por el juez i
 n= número de jueces
 c= número de valores de la escala de valoración (2 en este caso)

V DE AIKEN 2021

25/10/2021

ANEXO 5: ALFA DE CRONBACH

ALFA DE CRONBACH: VALORACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INMERSIVA DEL JUEGO POKÉMON GO EN JÓVENES DE 18 A 25 AÑOS, CHANCAY 2021

Resumen del procesamiento de los casos			
		N	%
	Válidos	10	100,0
Casos	Excluidos ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,748	21

ANEXO 6: FICHAS DE VALIDACIONES

FICHA DE VALIDACIÓN

TÍTULO: VALORACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INMERSIVA DEL JUEGO POKEMON GO EN JÓVENES DE 18 A 25 AÑOS, CHANCAY 2020

NOMBRE Y APELLIDOS: Ronny Rafael Rojas Rojas

GRADO ACADÉMICO: Magister en Periodismo y Comunicación Multimedia

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	ALTERNATIVAS DE RESPUESTA	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con las variables	
					SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Valoración de la comunicación inmersiva	Innovación	Creación del imaginario potencial	Siente que el juego Pokémon Go, despierta potencialmente su imaginación.	(1) Totalmente en desacuerdo	x		x		x		x	
		Producción de ideas	Siente que el juego Pokémon Go, le permite producir ideas nuevas que comunicar.		x		x		x		x	
		Participación individual	Siente que la participación individual de cada usuario permite innovar algún aspecto del juego Pokémon Go.		x		x		x		x	
		Participación grupal	Siente que la participación grupal de los usuarios, es necesaria para tener una mayor satisfacción de logro en el juego Pokémon Go.		x		x		x		x	
	Imaginario de alternativas	Siente que, en la vida cotidiana, se pueden aplicar las estrategias competitivas utilizadas en el juego Pokémon Go.	x			x		x		x		
	Integración	Grupos de interacción	Siente que la comunicación constante entre los usuarios, logra una mejor interacción con el juego Pokémon Go.	(2) En desacuerdo	x		x		x		x	
				(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	x		x		x		x	
				(4) De acuerdo	x		x		x		x	
				(5) Totalmente de acuerdo	x		x		x		x	

Diseño de la acción	Interacción basada en el imaginario	Siente que el juego Pokémon Go, sirve como un escape de la realidad.	(1) Totalmente en desacuerdo	x		x		x		x	
	Actores	Siente que las personas de nuestro entorno, influyen en el desempeño del usuario en el juego Pokémon Go.		x		x		x		x	
	Capacidad imaginativa	Siente que el juego Pokémon Go, modifica el modo de pensar de los usuarios.		x		x		x		x	
	Pervasividad	Siente que el juego Pokémon Go, influye en su comportamiento social.		x		x		x		x	
	Ubicuidad	Siente que el juego Pokémon Go, puede ser jugado en diferentes zonas rurales.		x		x		x		x	
	Cotidianidad	Siente que el juego Pokémon Go se convierte en una acción necesaria en la vida del usuario.		x		x		x		x	
	Continuidad	Siente que el juego Pokémon Go, debe ser jugado a diariamente.		x		x		x		x	
	Proactividad en la interacción	Siente que al jugar Pokémon Go, un usuario puede perder conciencia de lo que ocurre a su alrededor.		x		x		x		x	
	Reactividad en la interacción	Siente que el juego Pokémon Go puede alterar tus emociones.		x		x		x		x	
	Reflexibilidad	Siente que la continua interacción con el juego Pokémon Go, puede llevar al usuario hacia problemas de adicción.		x		x		x		x	
	Conveniencia participativa	Siente utilizar a otros usuarios, para lograr un mayor progreso y subir de nivel en el juego Pokémon Go.		x		x		x		x	
	Distribución de contenido	Siente que el juego de Pokémon Go, muestra la		x		x		x		x	

		información necesaria para saber la identidad del usuario.									
	Organización de contenidos	Siente que el juego Pokémon Go, contiene iconos interactivos de fácil entendimiento.	(1) Totalmente en desacuerdo			X				X	
	Toma de decisiones	Siente que el juego Pokémon Go, puede llevar a realizar acciones contra su voluntad del usuario.	(2) En desacuerdo	X		X				X	
	Soporte material	Siente que el juego Pokémon Go, representa gráficamente cada detalle de la sociedad.	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo			X				X	
			(4) De acuerdo	X		X				X	
			(5) Totalmente de acuerdo								

OBSERVACIONES

.....

18 de septiembre 2021

FECHA DE REVISIÓN



FIRMA DE QUIEN VALIDA EL INSTRUMENTO

MAESTRO EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN MULTIMEDIA

DNI 40351067

COLOQUE ACÁ EL CARGO QUE OCUPA, DNI Y SU NRO DE COLEGIATURA (OPCIONAL)

FICHA DE VALIDACIÓN

TITULO: VALORACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INMERSIVA DEL JUEGO POKEMON GO EN JÓVENES DE 18 A 25 AÑOS, CHANCA 2020

NOMBRE Y APELLIDOS: Ronny Rafael Rojas Rojas

GRADO ACADEMICO: Magister en Periodismo y Comunicación Multimedia

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	ALTERNATIVAS DE RESPUESTA	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con las variables	
					SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Valoración de la comunicación inmersiva	Innovación	Creación del imaginario potencial	Siente que el juego Pokémon Go, despierta potencialmente su imaginación.	(1) Totalmente en desacuerdo	X		X		X		X	
		Producción de ideas	Siente que el juego Pokémon Go, le permite producir ideas nuevas que comunicar.		X		X		X		X	
		Participación individual	Siente que la participación individual de cada usuario permite innovar algún aspecto del juego Pokémon Go.		X		X		X		X	
		Participación grupal	Siente que la participación grupal de los usuarios, es necesaria para tener una mayor satisfacción de logro en el juego Pokémon Go.		X		X		X		X	
	Ingeniería de alternativas	Siente que, en la vida cotidiana, se pueden aplicar las estrategias competitivas utilizadas en el juego Pokémon Go.	X			X		X		X		
	Integración	Grupos de interacción	Siente que la comunicación constante entre los usuarios, logra una mejor interacción con el juego Pokémon Go.	(2) En desacuerdo	X		X		X		X	
				(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	X		X		X		X	
				(4) De acuerdo	X		X		X		X	
				(5) Totalmente de acuerdo	X		X		X		X	

Diseño de la acción	Interacción basada en el imaginario	Siente que el juego Pokémon Go, sirve como un escape de la realidad.	(1) Totalmente en desacuerdo	X	X	X	X
	Actores	Siente que las personas de nuestro entorno, influyen en el desempeño del usuario en el juego Pokémon Go.		X	X	X	X
	Capacidad imaginativa	Siente que el juego Pokémon Go, modifica el modo de pensar de los usuarios.		X	X	X	X
	Pervasividad	Siente que el juego Pokémon Go, influye en su comportamiento social.		X	X	X	X
	Ubicuidad	Siente que el juego Pokémon Go, puede ser jugado en diferentes zonas rurales.		X	X	X	X
	Cotidianidad	Siente que el juego Pokémon Go se convierte en una acción necesaria en la vida del usuario.		X	X	X	X
	Continuidad	Siente que el juego Pokémon Go, debe ser jugado a diariamente.		X	X	X	X
	Proactividad en la interacción	Siente que al jugar Pokémon Go, un usuario puede perder conciencia de lo que ocurre a su alrededor.		X	X	X	X
	Reactividad en la interacción	Siente que el juego Pokémon Go puede alterar tus emociones.		X	X	X	X
	Reflexibilidad	Siente que la continua interacción con el juego Pokémon Go, puede llevar al usuario hacia problemas de adicción.		X	X	X	X
	Conveniencia participativa	Siente utilizar a otros usuarios, para lograr un mayor progreso y subir de nivel en el juego Pokémon Go.		X	X	X	X
	Distribución de contenido	Siente que el juego de Pokémon Go, muestra la		X	X	X	X

		información necesaria para saber la identidad del usuario.					
	Organización de contenidos	Siente que el juego Pokémon Go, contiene iconos interactivos de fácil entendimiento.	(1) Totalmente en desacuerdo	X	X	X	X
	Toma de decisiones	Siente que el juego Pokémon Go, puede llevar a realizar acciones contra su voluntad del usuario.	(2) En desacuerdo	X	X	X	X
	SopORTE material	Siente que el juego Pokémon Go, representa gráficamente cada detalle de la sociedad.	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	X	X	X	X
			(4) De acuerdo	X	X	X	X
			(5) Totalmente de acuerdo	X	X	X	X

OBSERVACIONES

.....
 FECHA DE REVISIÓN 18 de septiembre 2021



.....
FIRMA DE QUIEN VALIDA EL INSTRUMENTO

MAESTRO EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN MULTIMEDIA

DNI 40351067

COLOQUE ACÁ EL CARGO QUE OCUPA, DNI Y SU NRO DE COLEGIATURA (OPCIONAL)

FICHA DE VALIDACIÓN

TÍTULO: VALORACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INMERSIVA DEL JUEGO POKEMON GO EN JÓVENES DE 18 A 25 AÑOS, CHANCAY 2020

NOMBRE Y APELLIDOS: Jorge Armando Vásquez Villacorta

GRADO ACADEMICO: MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ALTERNATIVAS DE RESPUESTA	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con las variables	
					SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Valoración de la comunicación inmersiva	Innovación	Creación del imaginario potencial	Siente que el juego Pokémon Go, despierta potencialmente su imaginación.	(1) Totalmente en desacuerdo	X		X		X		X	
		Producción de ideas	Siente que el juego Pokémon Go, le permite producir ideas nuevas que comunicar.		X		X		X		X	
		Participación individual	Siente que la participación individual de cada usuario permite innovar algún aspecto del juego Pokémon Go.	(2) En desacuerdo	X		X		X		X	
		Participación grupal	Siente que la participación grupal de los usuarios, es necesaria para tener una mayor satisfacción de logro en el juego Pokémon Go.	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	X		X		X		X	
		Imaginario de alternativas	Siente que, en la vida cotidiana, se pueden aplicar las estrategias competitivas utilizadas en el juego Pokémon Go.	(4) De acuerdo	X		X		X		X	
	Integración	Grupos de interacción	Siente que la comunicación constante entre los usuarios, logra una mejor interacción con el juego Pokémon Go.	(5) Totalmente de acuerdo	X		X		X		X	

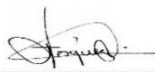
Diseño de la acción	Interacción basada en el imaginario	Interacción basada en el imaginario	Siente que el juego Pokémon Go, sirve como un escape de la realidad.	(1) Totalmente en desacuerdo	X		X		X		X		
		Actores	Siente que las personas de nuestro entorno, influyen en el desempeño del usuario en el juego Pokémon Go.		X		X		X		X		
		Capacidad imaginativa	Siente que el juego Pokémon Go, modifica el modo de pensar de los usuarios.		X		X		X		X		
	Diseño de la acción	Pervasividad	Pervasividad	Siente que el juego Pokémon Go, influye en su comportamiento social.	(2) En desacuerdo	X		X		X		X	
			Ubicuidad	Siente que el juego Pokémon Go, puede ser jugado en diferentes zonas rurales.	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	X		X		X		X	
		Continuidad	Cotidianidad	Siente que el juego Pokémon Go se convierte en una acción necesaria en la vida del usuario.	(4) De acuerdo	X		X		X		X	
			Continuidad	Siente que el juego Pokémon Go, debe ser jugado a diariamente.		X		X		X		X	
		Proactividad en la interacción	Siente que al jugar Pokémon Go, un usuario puede perder conciencia de lo que ocurre a su alrededor.	(5) Totalmente de acuerdo	X		X		X		X		
		Reactividad en la interacción	Siente que el juego Pokémon Go puede alterar tus emociones.		X		X		X		X		
		Reflexibilidad	Siente que la continua interacción con el juego Pokémon Go, puede llevar al usuario hacia problemas de adicción.		X		X		X		X		
Conveniencia participativa	Siente utilizar a otros usuarios, para lograr un mayor progreso y subir de nivel en el juego Pokémon Go.		X		X		X		X				

		Distribución de contenido	Siente que el juego de Pokémon Go, muestra la información necesaria para saber la identidad del usuario.		X		X		X		X
		Organización de contenidos	Siente que el juego Pokémon Go, contiene iconos interactivos de fácil entendimiento.	(1) Totalmente en desacuerdo	X		X		X		X
		Toma de decisiones	Siente que el juego Pokémon Go, puede llevar a realizar acciones contra su voluntad del usuario.	(2) En desacuerdo	X		X		X		X
		SopORTE material	Siente que el juego Pokémon Go, representa gráficamente cada detalle de la sociedad.	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	X		X		X		X
				(4) De acuerdo	X		X		X		X
				(5) Totalmente de acuerdo	X		X		X		X

OBSERVACIONES

.....

FECHA DE REVISIÓN 20.09.2021



.....
FIRMA DE QUIEN VALIDA EL INSTRUMENTO

Docente a Tiempo Parcial, DNI 09539896



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MONTENEGRO DIAZ DENIS JOSE, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "VALORACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INMERSIVA DEL JUEGO POKÉMON GO EN JÓVENES DE 18 A 25 AÑOS, CHANCAY 2021", cuyo autor es ESPINOZA MARTINEZ CESAR ARMANDO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 05 de Diciembre del 2021

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MONTENEGRO DIAZ DENIS JOSE DNI: 25768012 ORCID: 0000-0001-7448-8051	Firmado electrónicamente por: DJMONTENEGROM el 05-12-2021 17:02:38

Código documento Trilce: TRI - 0207528