



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

Análisis de las estrategias transmedia en videojuegos: Caso  
VALORANT

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**AUTORES:**

Tasayco Sanchez, Kevin Edson (orcid.org/0000-0002-2125-0186)

Uriarte Temple, Jairo Jossue (orcid.org/0000-0001-7476-4933)

**ASESORA**

Mgtr. Sanchez Quezada, Maria de los Angeles (orcid.org/0000-0002-2529-6659)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2023

## DEDICATORIA

Agradezco profundamente a mis padres, quienes me brindaron la educación que ha forjado la persona que soy ahora. Su apoyo incondicional ha sido mi sostén a lo largo de mi extenso recorrido académico. A mi hermana, le agradezco por su constante respaldo y aliento, que han sido pilares esenciales en mi trayectoria. A mis dos amigos extraordinarios, Kevin Tasayco y Yan Huaman, con quienes compartí momentos de risas y desafíos a lo largo de mi travesía universitaria.

Jairo

A mi madre y mi tía, quienes confiaron en mí desde un inicio y me apoyaron a cumplir mis metas en todo mi camino universitario. Igualmente, a mis dos gatos que me acompañaron en la elaboración de este trabajo.

Kevin

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecer a la docente Maria de los Angeles Sánchez quien nos brindó su apoyo desde un inicio para seguir con este trabajo de investigación. No puedo dejar de agradecer a mis familiares por su apoyo constante. A mis padres, por su amor incondicional y sacrificios que hicieron posible mi educación superior.

Jairo

Agradezco a la docente universitaria que en todo momento nos brindó su apoyo y ánimo a seguir con este trabajo de investigación. Además, agradecer a la industria de los videojuegos que desde muy chico me atraparon este mundo tan interesante y emocionante, donde frente a los diversos problemas en mi infancia me ayudaron a dejar de pensar en ellos.

Kevin



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, SANCHEZ QUEZADA MARIA DE LOS ANGELES, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Análisis de las estrategias transmedia en videojuegos: Caso VALORANT", cuyos autores son TASAYCO SANCHEZ KEVIN EDSON, URIARTE TEMPLE JAIRO JOSSUE, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 6.00%, 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, 20 de Diciembre del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
SANCHEZ QUEZADA MARIA DE LOS ANGELES <b>DNI:</b> 18131566 <b>ORCID:</b> 0000-0002-2529-6659	Firmado electrónicamente por: MDSANCHEZQ el 20-12-2023 11:00:14

Código documento Trilce: TRI - 0702006



**Declaratoria de Originalidad de los Autores**

Nosotros, TASAYCO SANCHEZ KEVIN EDSON, URIARTE TEMPLE JAIRO JOSSUE estudiantes de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Análisis de las estrategias transmedia en videojuegos: Caso VALORANT", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
TASAYCO SANCHEZ KEVIN EDSON <b>DNI:</b> 72929341 <b>ORCID:</b> 0000-0002-2125-0186	Firmado electrónicamente por: KTASAYCO el 28-12-2023 15:52:33
URIARTE TEMPLE JAIRO JOSSUE <b>DNI:</b> 75788412 <b>ORCID:</b> 0000-0001-7476-4933	Firmado electrónicamente por: JURIARTETE18 el 27-12-2023 22:00:07

Código documento Trilce: INV - 1573420

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>DEDICATORIA</b>	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>iii</b>
<b>DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR</b>	<b>iv</b>
<b>DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES</b>	<b>v</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS</b>	<b>vi</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>viii</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO</b>	<b>6</b>
<b>III. METODOLOGÍA</b>	<b>14</b>
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización	16
3.3 Escenario de estudio	17
3.4 Unidad de análisis:	18
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:	19
3.6 Procedimientos:	20
3.8 Método de análisis de la información:	21
3.9 Aspectos éticos:	21
<b>IV. RESULTADO Y DISCUSIÓN</b>	<b>23</b>
<b>V. CONCLUSIONES:</b>	<b>33</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	<b>35</b>
<b>Referencias:</b>	<b>36</b>
<b>Anexos</b>	<b>40</b>
<b>Anexo 1: Matriz de consistencia</b>	<b>40</b>
<b>Anexo 2: Matriz de operacionalización</b>	<b>41</b>
<b>Anexo 3: Instrumentos de recolección</b>	<b>42</b>

## Resumen

Esta investigación se centró en la identificación y análisis de las estrategias narrativas en el videojuego Valorant. Se empleó un enfoque cualitativo y un análisis de caso, se procedió a examinar en detalle siete capítulos y diecinueve actos presentados en el juego. Los resultados obtenidos revelaron la complejidad que posee el universo narrativo de Valorant y la eficaz aplicación de expresiones transmedia por parte de la desarrolladora, así como el impacto positivo del contenido generado por usuarios en la promoción orgánica del juego. En conclusión, Riot Games ha logrado crear una experiencia envolvente, interactiva y tangible para Valorant, mediante la implementación de estrategias transmedia como producciones audiovisuales, venta de productos y eventos presenciales, así como la integración de elementos transmedia dentro del propio juego, como diálogos entre personajes, tarjetas de jugadores, entre otros.

**Palabras clave:** Narrativa transmedia, Videojuego, valorant, Prosumidor, fanáticos.

## **ABSTRACT**

This research focused on the identification and analysis of narrative strategies within the video game Valorant. A qualitative approach and a case analysis were employed to meticulously examine seven chapters and nineteen acts presented in the game. The results obtained unveiled the complexity embedded in Valorant's narrative universe and the effective utilization of transmedia expressions by the developer. Additionally, the positive impact of user-generated content on the organic promotion of the game was evident. In conclusion, Riot Games has successfully crafted an immersive, interactive, and tangible experience for Valorant through the implementation of transmedia strategies. This includes audiovisual productions, product sales, and live events, as well as the integration of transmedia elements within the game itself, such as character dialogues, player cards, among others.

**Keywords:** transmedia narrative, videogame, valorant, prosumer, fans.

## I. INTRODUCCIÓN

En un entorno mediático cada vez más diverso y conectado, la narrativa transmedia emerge como una técnica crucial, donde su propósito es contar y expandir historias a través de múltiples medios y plataformas digitales con el paso del tiempo. Estas historias, narradas por diferentes vías, son independientes entre sí, pero siempre están conectadas con la trama principal.

Se puede considerar que, así como el cine, los cómics, las novelas y los videojuegos pueden ser un gran punto de partida para la creación de universos transmediales. Cada medio contribuye en la creación del mundo narrativo; evidentemente, las aportaciones realizadas por cada medio o plataforma se distinguen entre sí (Scolari, 2013).

Del mismo modo, Jenkins (2006), refiere que la narración transmediática es el talento de crear universos narrativos, el cual sumerge a cualquier espectador dentro del mundo ficticio. Los espectadores van a tomar roles como recolectores y cazadores, rastreando fragmentos de la historia a través de diversos medios, intercambiando opiniones con otros grupos en comunidades de discusión y contribuyendo para asegurar que aquellos que dediquen tiempo y esfuerzo obtengan una experiencia de entretenimiento más provechosa y enriquecedora.

Los videojuegos han evolucionado como experiencias narrativas complejas que van más allá de una historia lineal y simple. Con su interactividad y capacidad para sumergir a los jugadores en mundos virtuales, ofrece un potencial transmediático único. Los jugadores exploran historias envolventes y participan activamente en la creación de contenido relacionado en las diferentes plataformas. Comprender las implicaciones comunicativas de los videojuegos es esencial para aprovechar su potencial transmediático.

En octubre del año 2019 mediante el canal de Youtube oficial de Riot Games, los mismos creadores del MOBA League of Legends, anuncian Project A un nuevo videojuego FPS (*First Person Shooter*) táctico, bajo la premisa de ser un *shooter* más creativo, expresivo y con un estilo único. Posteriormente, el 7 de abril de 2020 se lanzó la versión beta cerrada del juego.

Para obtener este acceso temprano, se tenía como requisito la visualización de al menos dos horas de una transmisión en vivo de Valorant en la plataforma de Twitch. Se estimó que alrededor de 1.7 millones de internautas vieron las transmisiones de los streamers jugando el título por primera vez y que durante todo el período de beta del 7 de abril al 28 de mayo, un promedio tres millones de jugadores se conectaron cada día para jugar. Además, se visualizaron aproximadamente 470 millones de horas en la plataforma Twitch en este mismo período (Eurogamer, 2020).

El videojuego se lanzó a nivel mundial el 2 de junio de 2020, fue introducido mediante una cinemática anunciando el primer *episodio* del juego, llamado Duelistas, a través de su canal oficial de Youtube. Valorant se alzó como la competencia directa al shooter desarrollado por Valve Counter Strike Global Offensive, los cuales siguen la misma fórmula competitiva de enfrentamientos 5vs5 por rondas, siendo el objetivo de los atacantes plantar un explosivo en una determinada zona del mapa, mientras que los defensores tendrán como misión desactivar este mismo antes de su detonación.

Los acontecimientos de Valorant se sitúan en un futuro cercano en el que dos realidades paralelas, Tierra Alfa y Tierra Omega, se encuentran en un conflicto por un recurso valioso llamado Radianita. El Protocolo Valorant, que representa a Tierra Alfa, debe proteger este recurso de la Legión Valorant, que busca obtenerlo a través de ataques a las instalaciones de Tierra Alfa. Esta dinámica de protección y ataque forma la trama principal del juego.

Con lo expuesto anteriormente, se puede observar una falta de atención por parte de los estudios académicos en el rubro de comunicación referente a los videojuegos. Si bien se han realizado investigaciones acerca de narrativas transmedia, estas han estado mayormente enfocadas en industrias como el cine, la televisión o la música. En consecuencia, se evidencia una clara escasez de proyectos que se dediquen a explorar el funcionamiento de la transmedia en el contexto de los videojuegos (Jux, 2014).

Como consecuencia de ello, se planteó el siguiente objetivo general: analizar las estrategias transmedia empleadas en la saga Valorant. Para ello, se planteó los

siguientes objetivos específicos como describir el universo narrativo del videojuego Valorant, por lo tanto, el segundo objetivo específico es identificar las expresiones transmediáticas que utiliza la desarrolladora de Valorant para mantener el interés de los jugadores, finalmente identificar los contenidos creados por los prosumidores y su distribución multiplataforma.

En las investigaciones cualitativas, se adopta un enfoque distinto al de los estudios cuantitativos. Aquí, no se requiere la formulación de hipótesis, ya que no se hacen suposiciones previas. En cambio, el objetivo principal es sumergirse en la comprensión profunda y subjetiva de los fenómenos de la realidad que se está investigando. Este enfoque permite a los investigadores explorar las experiencias, perspectivas y significados que las personas atribuyen a un tema específico (Amaiquema, et al., 2019).

La industria de los videojuegos es una de las más importantes en la actualidad, tanto a nivel económico como cultural. Los videojuegos se han convertido en una forma de entretenimiento muy popular, que ha llegado a ser tan importante como el cine y la televisión. Según un informe de la DFC Intelligence en el año 2020, reveló que ya hay más de 3.1 mil millones de videojugadores en todo el mundo; lo que significa que aproximadamente un 40% de la población mundial juega videojuegos. Cabe resaltar que un 48% de los 3.1 millones de jugadores totales tiende a jugar en PC. Según el portal web TrackerGG (2023), en el mes de marzo del 2023 VALORANT alcanzó su pico más alto de jugadores, siendo de veinte millones aproximadamente y se estima que alrededor de seis millones usuarios se conectan al día.

Es importante señalar que el término de transmedialidad ha cobrado relevancia en las últimas dos décadas a nivel mundial, convirtiéndose en una herramienta fundamental para la comunicación moderna. Este concepto se refiere a la capacidad de las narrativas y contenidos para trascender las fronteras de los medios tradicionales y expandirse a través de diversas plataformas digitales y analógicas, permitiendo una experiencia de usuario más inmersiva y participativa. (Vela, 2020).

Se justifica desde una perspectiva teórica, el planteamiento que se presenta se respalda en la teoría de Henry Jenkins sobre las narrativas transmedia, la cual describe cómo las historias pueden ser contadas a través de diversos medios y cómo los consumidores pueden convertirse en prosumidores al participar activamente en la creación de contenido. Mediante el estudio de casos prácticos, esta investigación contribuye a ampliar el conocimiento teórico sobre la narrativa transmedia propuesta por Jenkins.

Se justifica a nivel práctico, mediante el análisis del universo narrativo del videojuego, la identificación de contenidos transmediáticos empleados tanto por la empresa distribuidora como por sus consumidores. Estos hallazgos pueden ser aplicados de manera efectiva en estrategias de marketing y engagement en la actual era digital, caracterizada por una mayor interacción y participación de la audiencia.

Se justifica a nivel social donde las compañías desarrolladoras de videojuegos buscan mantener la fidelidad de sus jugadores mediante la creación de tramas innovadoras y atractivas. Para lograrlo, utilizan diversas estrategias, como la revelación de contenidos importantes a través de actualizaciones o la distribución de contenido adicional (DLC's) de forma periódica, con el propósito de mantener la atención del público y aumentar su interés en el producto. Además, se tiene en cuenta las conexiones que se establecen entre los jugadores y los personajes de la trama principal, así como la interacción con otras personas que comparten los mismos gustos y la creación de contenido elaborado por ellos mismos. Abordar estos aspectos permitirá comprender mejor el alcance y las implicaciones comunicativas de los videojuegos en la sociedad actual.

Se justifica desde una perspectiva metodológica, se respalda la elaboración de una guía de observación para el análisis de la transmedialidad del videojuego VALORANT en la creación de universos narrativos y el involucramiento de los jugadores en esta experiencia, lo cual ayudará a futuras investigaciones acerca de la construcción de las estrategias transmediales multiplataforma, al proporcionar un antecedente en este campo.

Finalmente, se justifica desde una perspectiva valorativa, la exploración exhaustiva del potencial de la transmedia como una poderosa herramienta de expresión narrativa. No solo proporciona un sólido marco teórico y práctico para la creación de historias, sino que también aborda cuestiones fundamentales de participación, inclusión y colaboración, las cuales son esenciales en una sociedad cada vez más interconectada y diversa.

## II. MARCO TEÓRICO

En una investigación, es importante obtener conocimiento sobre cómo se ha abordado la variable en estudios previos con enfoques distintos. Con este fin, se realizó una búsqueda exhaustiva en principales bases de datos y repositorios universitarios, lo cual va a permitir recopilar información relevante y actualizada sobre el tema de estudio.

En el estudio presentado por Achica, et al. (2018), en la ciudad de Valencia, para obtener el máster en la Universidad Politécnica de Valencia. El objetivo de la investigación fue conocer la relevancia de los mundos transmediales en la era digital y de la comunidad de los usuarios de videojuegos para crear las narrativas transmedias. La metodología que se realizó fue el análisis de los elementos que conformaban las transmedia y cómo se desarrollaban en diferentes plataformas, complementándose con un estudio de las comunidades de los jugadores. Las conclusiones de la investigación destacaron que son las comunidades las que dotan de vida propia a diversas sagas, ya que son ellas las que logran expandir estas historias. Un ejemplo de este fenómeno se encuentra en la saga de Halo.

La investigación descrita enmarca la evolución de la narrativa transmedia en el ámbito de los videojuegos y su conexión con las comunidades de jugadores, contribuyendo así a la comprensión de cómo las narrativas transmedia están presentes y se desarrollan en la era digital y cómo los jugadores desempeñan un papel esencial en este proceso.

De igual manera, Cabezas (2020), en la ciudad de Madrid, su propósito fue analizar la expansión de la narrativa canónica del videojuego Overwatch en múltiples plataformas y cómo los fans proponen nuevas historias. La metodología utilizada fue de enfoque cualitativo para examinar la estructura narrativa y la interrelación de diferentes medios, como los juegos, cómics y cortos animados. Como conclusión se obtuvo que el éxito de Overwatch se debe a su narrativa transmedia efectiva, que ha mejorado la experiencia de los jugadores y ha permitido que el fandom se involucre en la historia.

La investigación adquiere una importancia significativa en mostrar una perspectiva sobresaliente sobre una adecuada narrativa transmedia explorada en

múltiples plataformas puede asegurar el éxito y prestigio de un videojuego. No solo mejorando la experiencia de los jugadores, sino que también estimula la participación activa del fandom en la construcción de la trama.

Por otro lado, Vanegas (2021), en la ciudad de Bogotá, en su tesis presentada para obtener la maestría en Comunicación, Literatura Y Educación en la Universidad Distrital Francisco José de Caldas. El objetivo de la investigación fue analizar la construcción de las narrativas en videojuegos de mundo abierto. Con un enfoque exploratorio y tipo de diseño de investigación hermenéutica, se tomaron como muestra a 6 jóvenes varones entre los 19 y 35 años de edad, que les gusten los videojuegos como pasatiempos. La conclusión que se llegó es que los videojuegos cuentan con sus propios lenguajes y mecanismos los cuales son interpretadas por el mismo jugador.

El estudio sugiere que los videojuegos de mundo abierto pueden servir como plataformas efectivas para la expansión de la narrativa transmedia, ya que involucran a los jugadores de manera significativa en la co-creación de historias. Esta información subraya la importancia de considerar los videojuegos de mundo abierto como una parte clave del ecosistema de la narrativa transmedia.

Además, Lopez (2021), en la ciudad de Córdoba, realizó una investigación para la revista *Educación Mediática y TIC*. Los objetivos fueron profundizar en la recepción de ficción que divulgan los adolescentes, la metodología propuesta en la investigación es de enfoque cualitativo, teniendo como muestra un total de 111 estudiantes entre inicial y primaria, se realizaron cuestionarios, discusiones y entrevistas semiestructuradas. Las conclusiones a las que llegó es que existe una tendencia con respecto a la recepción de contenido sobre ficción transmediática y literaria, los cuales adquieren mayor importancia a través de youtubers, booktubers e influencers.

La publicación descrita presentó un punto importante sobre el consumo de los contenidos digitales por parte de los jóvenes adolescentes, la investigación arrojó que los jóvenes interactúan más con historias narradas a través de múltiples plataformas y medios digitales, incluyendo los contenidos de los creadores en línea.

Del mismo modo, Cuenca y López (2021), en la ciudad de México, realizaron una publicación para la revista de Cultura Digital Virtualis. Los investigadores examinaron los procesos de transmediación presentes en las narrativas interactivas de los videojuegos, utilizando la trama de Fallout como punto principal. Su objetivo fue entender cómo los usuarios se convierten en elementos fundamentales en la creación del universo narrativo

El estudio resalta la significativa contribución de los usuarios en la ampliación de la trama del videojuego. Además, señala que las temáticas postapocalípticas suelen ser más atractivas para los jugadores jóvenes, aunque los autores sugieren la necesidad de realizar más investigaciones en este aspecto.

Por su parte, Pongo (2022), en la ciudad de Lima, su investigación para obtener el título de Licenciado en Comunicación Audiovisual en Medios Digitales. El autor planteó como objetivo establecer las características transmediales en la franquicia de League of Legends. Se utilizó una metodología observacional con el apoyo de una lista de cotejo, se encontró un análisis transmedia de los diez videos más vistos de la franquicia en los últimos cuatro años. Se llegó a la conclusión que el videojuego si posee una gran narrativa transmedia ya que se encuentran los siete principios transmediales, los cuales promueven al contenido generado por los usuarios.

El estudio establece un ejemplo concreto de cómo aplicar el enfoque transmedia en el análisis de una franquicia de entretenimiento, en este caso, League of Legends. Esto puede servir como un modelo para los trabajos. Por su parte, League of Legends ejemplifica una narrativa transmedia exitosa al cumplir con los siete principios transmediales. Además, muestra cómo estos principios estimulan la creación de contenido por parte de los usuarios, lo que fomenta una mayor participación de la comunidad de jugadores y fanáticos.

De igual manera, Vela (2020), en la ciudad de Lima, presentó el trabajo para obtener el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. El objetivo principal planteado fue el de analizar la narrativa transmedia en la serie Game Of Thrones. Se utilizó un enfoque cualitativo con la aplicación de un estudio de caso sobre investigación aplicada y diseño. Se concluyó que la serie aún se encuentra en

proceso de generar una transmedia sólida, ya que, solamente se exploró el campo de videojuegos y adaptaciones.

La investigación proporciona información valiosa para el proyecto, sobre las áreas en las que una serie o videojuego podría expandirse en el futuro para desarrollar una narrativa transmedia consistente. Es relevante para comprender cómo las franquicias de medios pueden evolucionar hacia un enfoque transmedia más sólido y cómo los investigadores pueden analizar y evaluar este proceso.

Por su parte, Calderón (2020), en la ciudad de Lima, en su investigación para obtener el título de licenciado en Comunicación Audiovisual en Medios Digitales. El objetivo principal planteado fue la exploración de la relación entre la creación de la narrativa transmedia de *Alien: Covenant* en 2019 y el nivel de interactividad experimentado por sus usuarios participantes, teniendo como hipótesis que si existe una relación directa. Con enfoque cualitativo y tipo de investigación explicativa. Fueron 8 personas escogidas entre rango de edades de 30 a 35 años, finalmente se encontró que la existencia de interactividad en la producción narrativa de *Alien: Covenant*, habiendo dos tipos: Interactividad selectiva y comunicativa, además, estas interacciones tuvieron un impacto directo e indirecto en los prosumidores y consumidores en el universo narrativo de *Alien*.

En la investigación al utilizar un enfoque cualitativo y una investigación explicativa, nos proporciona una comprensión más profunda de cómo la interactividad es parte de la experiencia de los consumidores y prosumidores en el universo narrativo de la franquicia. Además, al identificar dos tipos de interactividad (selectiva y comunicativa) en la producción narrativa, agrega una capa de detalle a nuestra comprensión de cómo se desarrolla la narrativa transmedia en el contexto de las películas y cómo impacta en la audiencia.

De acuerdo con Yucra et. Al (2022), en la ciudad de Arequipa, presentó su artículo *De consumidores a prosumidores*. Con un enfoque cualitativo. El objetivo fue analizar todos los contenidos audiovisuales generados por los usuarios de dos videojuegos móviles: *Choose Your Story* y *Choices: Stories You Play*. Los resultados demostraron que, si bien estos dos títulos expanden sus narrativas por

diversas plataformas, colocar un delimitante puede generar que el consumidor no llegue a convertirse en prosumidor, al contrario, si le das una mayor libertad.

Este estudio aporta valiosa información a la investigación destacando cómo la colocación de límites en la participación del usuario lo motiva para convertirse en un prosumidor. Los resultados resaltan la importancia de brindar a los usuarios una mayor libertad para participar activamente en la expansión narrativa de los videojuegos a través de múltiples plataformas.

Por su parte, Curi (2020), de la ciudad de Lima, el estudio fue para obtener el grado de bachiller en Comunicación audiovisual y Medios interactivos en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. El objetivo de la investigación fue el de analizar las experiencias transmedia de la serie *Stranger Things* y su impacto en los consumidores de la serie. Con un enfoque cualitativo, se realizaron encuestas a 21 personas que tienen afinidad por la serie. Se llegó a la conclusión que el factor nostalgia es uno de los principales elementos para el éxito de la serie.

El estudio aporta en la investigación, destacando que el factor nostalgia desempeña un papel fundamental en el éxito de la serie, lo que resalta la importancia de la conexión emocional en las narrativas transmedia. Además, el estudio subrayó cómo la interacción de los usuarios a través de las narrativas transmedia contribuye a la fidelización de los espectadores con la serie.

Con el fin de poder adquirir una comprensión más detallada de las unidades temáticas de estudio, Se busca respaldo en fuentes teóricas previas como base para la investigación.

De este modo, Henry Jenkins presenta las principales técnicas y características fundamentales de la narrativa transmedia en los posts *The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling* y *The Revenge of the Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling* (2009). La narrativa transmedia se compone de siete principios:

Como primer principio está la expansión vs profundidad: esta técnica se basa en la habilidad de los usuarios para involucrarse activamente en la difusión de información a través de las plataformas digitales, aumentando el valor económico

y social, se conoce como capacidad de difusión. Por otro lado, Jenkins menciona la capacidad que tiene el espectador para buscar obtener mayor información del que ya ha sido presentado. Del mismo modo, la continuidad y multiplicidad en franquicias transmedia buscan generar un sentido de coherencia y plausibilidad en los mundos ficticios, siendo una recompensa para los fans que invierten tiempo y energía en reunir los fragmentos. Por otro lado, la multiplicidad permite explorar historias alternativas y ver personajes e historias desde diferentes perspectivas.

Siguiendo con los principios: La inmersión vs. extracción, la inmersión implica que el público se involucre profundamente en la historia del videojuego, convirtiéndose en fan y preocupándose por la trama. La extracción ocurre cuando los fans llevan elementos del mundo ficticio a la vida real, como jergas o deportes inventados que son practicados por los seguidores más fieles. A continuación, la construcción de mundos enriquece la historia, se relaciona con la inmersión y la extracción, lo cual involucra al consumidor en el mundo narrativo, lo conecta con espacios reales y profundiza su experiencia en la trama. Esta conexión más profunda con los personajes y lugares también fomenta una mayor empatía y comprensión de la narrativa, sumergiendo al espectador en una experiencia única e inolvidable.

Asimismo, la serialidad crea suspenso y enigma, motivando a los espectadores a seguir la historia a pesar de la demora en la satisfacción. Desarrolla personajes y tramas a lo largo del tiempo, explorando diferentes aspectos para una experiencia narrativa más compleja y cautivadora. Esta profundización gradual permite a los espectadores conectar de manera más profunda con los personajes y sus evoluciones, generando un compromiso continuo con la trama. De igual forma, dentro de los principios de Henry Jenkins, la subjetividad destaca la posibilidad de ver la historia desde diferentes perspectivas, no solo la del personaje principal. Los personajes secundarios permiten expandir el universo transmedia y ofrecen al usuario diferentes puntos de vista para explorar. Finalmente, se tiene al Rendimiento, se considera la contribución que tienen los fans para poder participar de forma directa en la narrativa, es decir, tratar que el público forme parte del relato, de esta forma se logra que se generen más aportes relacionados con la historia.

Adicionalmente, Carlos Scolari, en su libro *Narrativas Transmedia, Cuando todos los medios cuentan* (2023), exploró la conexión entre transmedia y multimedia. Donde los dispositivos tecnológicos actuales como los smartphones, computadoras, smart TVs, consolas de videojuegos, realidad virtual, facilitan la integración y expansión de las historias a través de diversas plataformas y sean accesibles para una amplia audiencia. Sin embargo, señala que, aunque estos dispositivos simplifican el acceso a las piezas narrativas, pueden también reducir la experiencia al disminuir el estímulo para la investigación y la recolección de pistas por parte del espectador.

A continuación, se presentan fuentes teóricas adicionales que están involucradas en el concepto de la narrativa transmedia. La inteligencia colectiva, es la capacidad de las comunidades en línea para aprovechar el conocimiento y las habilidades de sus miembros de forma conjunta. Aquello que individualmente no podemos hacer o saber, es posible lograrlo en grupo (Jenkins, 2006).

Por otro lado, la cultura participativa destaca que cada persona obtiene información de manera personalizada y comprometida de acuerdo con su cultura. Esto significa que el contenido de los medios se puede compartir según la cultura, la sociedad y el modo de interacción del individuo, sin importar su ubicación geográfica. Esta modificación en la comunicación significa que toda información no solo se distribuye, sino que también se transmite entre personas. (Villa, et al., 2019)

Del mismo modo, la intertextualidad es una estrategia que emplean los autores para involucrar más a los usuarios, esto implica que el receptor debe desplegar un esfuerzo al momento de comprender el mensaje. Al hacer uso de referencias textuales, se busca establecer una conexión más cercana con el usuario, fomentando su participación (Ariza, 2018).

Por otro lado, el término *candom* hace referencia a los contenidos transmediáticos creados por el desarrollador del producto, los cuales complementan la experiencia del videojuego. Se destacan por su elevado nivel de calidad en su producción y abarcan diversas funciones como informativas, narrativas, artísticas y complementarias. Cabe señalar que estos elementos se

distribuyen a través de los canales oficiales de la compañía, que abarca a páginas web, tiendas en línea, el propio videojuego y redes sociales (Jux, 2014).

Por un lado, los prosumidores mediáticos son actores clave que se apropian de una narrativa y la expanden creando nuevos personajes y aventuras, así como produciendo contenido breve como avances falsos, parodias o resúmenes. En consecuencia, es crucial que los productores de narrativas transmedia no los vean como piratas que roban sus contenidos, sino que los protejan, establezcan una comunicación abierta y les brinden espacios para expresarse (Scolari, 2013).

De igual manera, el término Fandom se refiere a la agrupación de individuos con preferencias comunes y gustos estéticos compartidos. Con el avance de las tecnologías y herramientas de software accesibles, los fanáticos han adquirido la capacidad de crear y compartir sus propias creaciones dentro de su comunidad. De esta manera, los fanáticos se convierten en creadores que expresan su amor por ese universo que admiran a través de diversas formas artísticas, buscando reconocimiento y admiración por su trabajo (Frugone & Yanina y Schandor, 2013).

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

La investigación es de tipo aplicada, para Arias y Covinos (2022) es un enfoque de investigación que se apoya en el tipo básico o puro, donde emplean la teoría como una herramienta fundamental para abordar problemas prácticos. La investigación se basa en los hallazgos, descubrimientos y soluciones que se establecieron como objetivos en su estudio. Este enfoque es comúnmente utilizado en diversos campos y se centra en lograr explicaciones y predicciones de las cuestiones investigadas.

A través de este estudio, se busca identificar y describir las estrategias transmedia utilizadas en el juego para mantener el interés de los jugadores, comprender la participación de la comunidad de jugadores en la creación y distribución de contenido narrativo, así como también lo hecho por la misma distribuidora del videojuego.

Es de tiempo transversal, según Arias y Covinos (2022) este enfoque, al ser comparable a la captura de una instantánea, ofrece una visión congelada de un momento específico, lo que facilita la identificación de patrones y detalles que podrían pasar desapercibidos en un estudio a largo plazo. Además, al limitar la recopilación de datos a una sola toma, se reduce la posibilidad de interferencias externas y sesgos temporales en los resultados

El estudio al tener un tiempo determinado podemos identificar patrones y detalles que podrían pasar desapercibidos en un estudio a largo plazo, se captura una parte de la historia actual de la narrativa del videojuego. Además, al limitar la recopilación de información a un determinado tiempo reducimos los riesgos de una prolongación en el estudio. Esto brinda la oportunidad de obtener una comprensión profunda y concreta de las estrategias transmedia utilizadas en Valorant en un contexto específico y relevante para el momento presente en la industria de los videojuegos.

La investigación tuvo un enfoque cualitativo, dado que el propósito principal fue analizar, recopilar e interpretar datos obtenidos mediante técnicas de observación como fotografías, grabaciones, plataformas digitales, entre otras, este

enfoque garantiza un estudio más realista, lo que brinda una comprensión profunda de los fenómenos estudiados. Además, al no alterar las condiciones naturales, se evita cualquier intervención artificial en los resultados, lo que contribuye a la validez de la investigación. (Maldonado, 2018).

La investigación ha adoptado por un enfoque cualitativo debido a su naturaleza exploratoria y su objetivo de comprender en profundidad los fenómenos relacionados con las estrategias transmedia en Valorant. Al utilizar técnicas de observación que abarcan videos, música, merchandising y análisis de plataformas digitales, se logró obtener datos auténticos. Esta metodología permitió capturar con mayor precisión la experiencia de juego y la participación de la comunidad.

Del mismo modo, se empleó un nivel explicativo, este tipo de estudio tiene como objetivo buscar los orígenes y causas de los eventos, sucesos y fenómenos naturales y sociales. Se enfoca en explicar por qué ocurre un fenómeno, bajo qué circunstancias se desarrolla y cómo se relacionan las diferentes variables involucradas. Las investigaciones de esta naturaleza se caracterizan por su estructura y la capacidad de proporcionar un profundo entendimiento del fenómeno en cuestión. Son particularmente útiles para lograr una comprensión completa y detallada de lo que implica entender el fenómeno. (Maldonado, 2018).

La investigación sobre la narrativa transmedia en videojuegos adopta un enfoque de nivel explicativo, orientado a descifrar los orígenes y las causas subyacentes de las estrategias transmedia empleadas en Valorant. Este enfoque permite un análisis exhaustivo de por qué se desarrollan estas estrategias, las circunstancias específicas en las que se implementan y cómo se relacionan con diversas variables en el contexto de la industria de los videojuegos.

Es de nivel no experimental, para Arias y Covinos (2022). En este enfoque, no se aplican estímulos o condiciones experimentales a las variables en estudio. Los sujetos de la investigación son evaluados en su entorno natural sin introducir cambios en ninguna situación. Además, las variables en estudio no son objeto de manipulación deliberada.

La investigación optó por un enfoque no experimental, identificó los contenidos transmedia en su contexto habitual para proporcionar una visión

auténtica del impacto de estas estrategias en la experiencia de juego y la participación de la comunidad en situaciones reales.

### 3.1.2 Diseño o método de investigación:

Se empleó un análisis de caso, debido a que se utilizó en situaciones técnicamente distintivas con múltiples enfoques de interés, donde se necesitó combinar datos de diversos antecedentes. Además, se aprovechó el desarrollo previo de proposiciones teóricas que orientan la recolección y el análisis de información. (Durán, 2012)

## **3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización**

A continuación, se describieron las categorías de estudio. La primera categoría fue el universo narrativo, que incluye las subcategorías de configuraciones, personajes, tema y trama. La segunda categoría abarca las expresiones transmediáticas generadas por el creador del producto, con las subcategorías de cinemáticas, ilustraciones, música, eventos, merchandising oficial y contenido en redes sociales. Por último, la tercera categoría se refirió al contenido generado por el usuario, que incluye las subcategorías de fan-vids, fan-arts, merchandising fan-made, cosplay y música.

Por consiguiente, en la primera categoría, relacionada con el universo narrativo, se identificaron los cuatro elementos esenciales al momento de contar una historia como parte de una narrativa transmedia: configuración, personajes, tema y trama. (Hernández y Grandío, 2011).

En la segunda categoría, se incluyeron a las expresiones transmediáticas generadas por el creador del producto, que abarcan una variedad de elementos como productos audiovisuales, merchandising, producciones musicales, contenido digital, ilustraciones y eventos. Estas expresiones se caracterizan por su alta calidad. (Jux, 2014).

Finalmente, en la tercera categoría, se encontraron los contenidos generados por los usuarios, se refiere a las creaciones que personas no profesionales producen y difunden a través de redes sociales y plataformas digitales. Este tipo de contenido se caracteriza por su alto nivel de creatividad y

suelen abarcar múltiples aspectos en una perspectiva transmedia. (Fernández, 2013). Entre estos contenidos se puede encontrar fan-vids, fan-arts, merchandising fan-made, cosplay y música.

### **3.3 Escenario de estudio**

En un futuro lejano, se lleva a cabo un acontecimiento catalogado *La Primera Luz*, donde la Tierra experimenta un apagón global. Tras este suceso, surge un nuevo material denominado Radianita, el cual tiene la capacidad de generar grandes cantidades de energía, pero a la par se da a conocer que su exposición prolongada provoca que los humanos desarrollen nuevas habilidades y mejoren sus capacidades físicas.

Con el temor de que la Radianita sea utilizada con malas intenciones, se forma el *Protocolo Valorant*, encabezado por los agentes Brimstone y Viper. Este proyecto es financiado por la empresa Kingdom Corporation, que busca salvaguardar el equilibrio y la seguridad en el mundo de Valorant, enfrentando amenazas potenciales y explorando nuevas posibilidades tecnológicas en su lucha por la justicia y la protección de la humanidad.

El evento de *La Primera Luz* también divide la Tierra en dos mundos espejo, sin embargo, poseen diferencias sutiles, el Mundo Alpha, donde se encuentra el Protocolo Valorant y la empresa Kingdom Corporation y el Mundo Omega, donde se encuentra Legión Valorant y Kingdom Industries.

El enfrentamiento entre ambos bandos surge debido a este mineral, los agentes del *Mundo Omega*, denominados atacantes, buscan extraer la Radianita del Mundo Alpha utilizando un artefacto llamado *Spike*, el cual localiza y absorbe la energía de la Radianita para ser teletransportada al Mundo Omega. Por otro lado, los agentes del mundo Alpha, denominados defensores, poseen un dispositivo capaz de desactivar la Spike para evitar que la Radianita sea extraída.

Los enfrentamientos entre el *Protocolo Valorant* y *Legión Valorant* tienen lugar en distintos países como Japón, Bután, Italia, Túnez, Bermudas, México, India y Portugal. Es importante resaltar que cada mapa del juego incorpora los elementos culturales y geográficos específicos de las zonas mencionadas.

Del mismo modo, los personajes denominados agentes en Valorant, provienen de distintas nacionalidades, incluyendo estadounidense, coreana, brasileña, sueca, inglesa, china, rusa, marroquí, mexicana, turca, india, alemana, australiana, ghanesa, francesa y filipina.

Cada agente posee habilidades únicas que los distinguen en los enfrentamientos armados. Estos agentes se pueden clasificar en roles específicos, conocidos como centinelas, controladores, duelistas e iniciadores.

Es en este contexto de este mundo ficticio en el cual se concibe el escenario de estudio del videojuego Valorant.

### **3.4 Unidad de análisis:**

La finalidad de esta sección de la investigación fue reconocer los componentes que forman parte del objeto de estudio de cómo aporta en la construcción de una narrativa transmedial y en la creación de contenidos generados por los prosumidores.

El videojuego Valorant posee un canal de YouTube donde se publican las producciones audiovisuales tales como, trailers, música, cinemáticas y guías.

Asimismo, se procedió a seleccionar las cinemáticas organizadas de forma cronológica según la narrativa presentada en los videos:

- DUELISTAS // Tráiler cinemático oficial del lanzamiento - VALORANT
- DUALIDAD // Cinemática de narrativa oficial VALORANT
- UNITED TOGETHER // China Launch Official Cinematic
- RETAKE // Cinemática del Episodio 2
- CALENTAMIENTO // Cinemática del Episodio 4
- Chispa - Tráiler de la agente Neon
- ¡YÍ GECELER - Tráiler de agente: Fade
- FRAGMENTADOS // Cinemática del Episodio 5: DIMENSIÓN
- ¡AGUA VA! - Tráiler de agente: Harbor
- REVELACIÓN // Cinemática del Episodio 6
- Ciudad de las Flores // Tráiler oficial del mapa Lotus

- El loto florece // Tráiler de historia de Lotus: VALORANT
- MÁS QUE UNO // Tráiler de agente: Gekko
- NO VOLVERÁS A VER LA LUZ // Cinemática del Episodio 7 - VALORANT

En cuanto al merchandising oficial de Valorant, se tiene en cuenta el apartado merch de la página web de Riot Games: [merch.riotgames.com](https://merch.riotgames.com).

Por otro lado, es crucial comprender los contenidos generados por los fanáticos en este recorrido transmedia. Por lo tanto, se tiene en consideración plataformas como: comunidades de fans en Facebook: *VALORANT-LATAM*, *Valorant México y Latinoamérica* y *VALORANT Memes*; así como también los hashtag *#valorantcosplay*, *#valorantcosplayer*, *#valorantcosplays* *#valorantfanart*, *#valorantfanarts*, *#valorantart* en Instagram, Twitter y TikTok; de igual manera se tomará en cuenta los canales de YouTube de: *LifelsForGamers - VALORANT Lore en Español*, *Black Valorant en Español*, *Valorant Curios*, *Sir Jeppy*, *dopatwo*, *AverageJonas*, *MainNeonVT*, *Valorant Covers IA*, *NerdOut!*, *Joey (Lucky Boy) Nato* y *G.O.T Games*.

### **3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:**

Para este trabajo de investigación utilizó la observación como técnica de recolección de datos. Es una técnica en la que el investigador establece una conexión directa y continua con la realidad o fenómeno que está estudiando. Se enfocó en seguir la lógica de las formas, procedimientos y relaciones presentadas en esta práctica. (Campos y Lule, 2012).

En cuanto al instrumento se utilizó la guía de observación. La cual desempeña un papel fundamental para el observador, ya que es una herramienta que le permite situarse de manera sistemática en el objeto de estudio. Además, cumple la función de dirigir la recolección y obtención de datos e información sobre un hecho o fenómeno específico. (Campos y Lule, 2012).

### **3.6 Procedimientos:**

El proceso de recopilación de información se realizó siguiendo el siguiente procedimiento: Comenzó con la visualización de todos los “trailers de nuevos agentes”, “cinemáticas de inicio de capítulo”, “producciones musicales” y “videos

relacionados a la narrativa del videojuego”; todos estos encontrados en el canal de Youtube Oficial de Valorant, esto con el fin de obtener información más detallada de lo que es el “lore” del juego.

Asimismo, se llevó a cabo una inmersión en el entorno virtual del videojuego Valorant, con el propósito de identificar los distintos "easter eggs" e información relacionada con la narrativa del juego y la intertextualidad. Entre estos elementos se incluyeron las "tarjetas de jugador", los "grafitis", los "diálogos entre personajes", las "descripciones de cada agente", descripción de los escenarios del juego, así como los "audios, textos e imágenes encontrados dentro del videojuego".

A continuación, se llevó a cabo un análisis de las diversas plataformas en las que el videojuego tiene presencia, con el objetivo de determinar la contribución individual de cada uno de ellos en el contexto de la expansión transmediática.

Luego, a lo que corresponde el merchandising oficial, se ubicó la página oficial del videojuego para la visualización de los productos disponibles.

Finalmente, para el apartado del contenido generado por los fans, se identificó tres páginas de Facebook, seis hashtags en Instagram, Twitter y Tik Tok y trece canales de Youtube, para su posterior análisis en su aporte en la expansión transmedia del videojuego.

### **3.7 Rigor científico:**

Los procedimientos de este trabajo de investigación estuvieron normados por el código de ética de la investigación de la Universidad César Vallejo. Los autores siguieron un estricto código de ética profesional inculcado por nuestra institución, lo cual juega un papel importante al establecer los estándares y principios morales que orientan en la toma de nuestras acciones y decisiones.

Se utilizó la transferibilidad, el análisis de otras fuentes y la evidencia para evitar sesgos en la interpretación de la investigación. El código de ética de la investigación proporcionó un marco normativo que regula los procedimientos y promueve el comportamiento ético en nuestra investigación, se aseguró que se realice de manera responsable y confiable.

En el contexto de este estudio, se empleó una ficha de observación con el objetivo de validar la presente investigación. Con el propósito de corroborar la rigurosidad y confiabilidad de los resultados obtenidos, se realizó un procedimiento de validación que involucró a expertos en el área de estudio en cuestión. De la misma manera, los autores del presente trabajo siguieron cuidadosas pautas para garantizar que la investigación genere un aporte científico que beneficie a la sociedad.

### **3.8 Método de análisis de la información:**

El enfoque metodológico utilizado en esta investigación se basa en el análisis hermenéutico, el cual tuvo como objetivo explorar, describir y comprender los fenómenos que suceden en el videojuego “Valorant”. Además, la información obtenida se contrastó con las teorías y conceptos planteados. Según Quintana y Hermida (2019), la investigación hermenéutica, explora la historia del texto, se reflexiona en relación con el pensamiento propio, se dialoga con el texto formulando preguntas y se busca interpretar las partes y el todo de manera interconectada.

### **3.9 Aspectos éticos:**

La presente investigación destacó por su originalidad, ofreciendo un contenido único y sin ningún tipo de plagio. Los resultados obtenidos fueron auténticos y no han sido adulterados de ninguna manera.

Además, se ha otorgado la debida atribución a las fuentes utilizadas, respetando en todo momento los derechos de autor, y se ha empleado métodos de recolección de datos validados por reconocidos autores en el campo de estudio.

De igual manera, cabe destacar que todas las fuentes consultadas han sido adecuadamente referenciadas siguiendo las pautas del formato APA 7, cuya utilización ha sido estipulada por el área de investigación de la Universidad César Vallejo.

## IV. RESULTADO Y DISCUSIÓN

A continuación, se describe la aplicación del instrumento y se presenta el resultado de la recolección de datos en base a los objetivos planteados anteriormente. Iniciando con el primer objetivo específico, describir el universo narrativo del videojuego Valorant, se contemplan categorías clave, entre ellas el universo narrativo, conformado por las subcategorías de configuración, personajes, tema y trama.

En lo que respecta a la primera subcategoría, relacionada con la configuración, el videojuego Valorant se desarrolla en un futuro distante, tras un evento catalogado como La Primera Luz. Este fenómeno resulta en la creación de una realidad espejo conocida como Tierra Omega, que contrasta con la tierra principal denominada como Tierra Alpha. Todos los eventos se desarrollan en diversas ubicaciones alrededor del mundo, como la India, Noruega, Corea, Estados Unidos, Italia, Marruecos, Bután. Con cada actualización, el juego incorpora nuevas locaciones que no solo sirven como escenario, sino que también contribuyen a enriquecer la narrativa del juego. Adicionalmente, se muestran coordenadas dentro del videojuego las cuales corresponden a lugares reales, añadiendo un componente único y conectando el mundo ficticio con el mundo real.

En cuanto a la segunda subcategoría de personajes, hasta la fecha de la presente investigación Valorant cuenta con veintitrés agentes provenientes de diferentes países. Cada uno de estos personajes se distingue por características y personalidades únicas que los diferencian. Es relevante señalar que la mayoría de los agentes optan por utilizar seudónimos en lugar de revelar sus nombres reales, por otro lado, los personajes clasificados como Radiantes son aquellos que adquirieron sus poderes a través de La Primera Luz. En cambio, algunos agentes emplean tecnología avanzada impulsada por la Radianita, mientras que una minoría opta por artefactos antiguos que les otorgan estos poderes.

Referente a la tercera subcategoría sobre el tema, el videojuego aborda conceptos recurrentes dentro de su narrativa. Entre ellos, destaca la misión de los agentes del mundo Alpha para evitar que los agentes del mundo Omega planten la Spike. Asimismo, la lucha constante para impedir que Omega se apodere de la

Radianita de Alpha. Esta premisa establece una constante lucha entre las dos dimensiones.

Finalmente, en cuanto a la última subcategoría referida a la trama, el videojuego Valorant está compuesto por siete capítulos y diecinueve actos. La narrativa se desarrolla en un futuro donde un evento denominado 'La primera luz' provoca la creación de una realidad espejo llamada Omega y la aparición o activación de un elemento conocido como Radianita. Este último es el motivo por el cual los agentes Omega intentan robarla de la realidad principal, catalogada como Tierra Alpha.

A partir de este evento, cierto grupo de personas adquiere poderes y habilidades únicas, desencadenando una serie de enfrentamientos en diversas ubicaciones del juego. El primer encuentro tiene lugar en Venecia, donde Jett Omega intenta plantar una Spike para enviar la Radianita a su realidad. Phoenix Alpha intenta detenerla, pero falla, siendo testigo de las consecuencias devastadoras de la explosión de la Spike.

Después de este acontecimiento, la agente KillJoy inventa un artefacto capaz de inhabilitar la Spike, sometiéndolo a prueba con la ayuda de Phoenix en el segundo enfrentamiento en Bind. Además, en esta contienda, Phoenix se encuentra por primera vez con su contraparte Omega, a lo que Viper promete darle explicaciones.

Tiempo después, surgen otros choques entre estas dos realidades en el mapa de Haven, los agentes de Alpha trabajan en equipo para detener a Omega y luego un enfrentamiento en Ice Box que resulta en la victoria de Phoenix y Yoru Alpha. Posteriormente se introduce al cuartel de la Legión Valorant donde se muestra una secuencia de entrenamiento de los agentes y la bienvenida a la nueva recluta Neón, cuyos poderes son cruciales para la incursión de Alpha a la Tierra Omega.

Sin embargo, antes de concluir este plan, surge una amenaza de parte de una extorsionadora que pretende revelar la existencia del Protocolo al mundo. En respuesta, se embarcan en una misión para capturarla. Después de interrogarla y aclarar malentendidos se llega a un acuerdo, donde la extorsionadora conocida como Fade es reclutada.

Posteriormente, sucede la incursión de Alpha a Omega. Un equipo conformado por KillJoy, Reyna y Neón se infiltra con la intención de obtener información, revelando un cambio de roles en esta realidad donde ellos son percibidos como los enemigos, mientras que la Legión Valorant se presentan como héroes públicos.

Después de reclutar a Harbor, él y Astra emprenden una misión a la India para localizar el mapa de Lotus. Utilizando sus artefactos, logran abrir la entrada, pero se sorprenden al descubrir que la Legión Valorant ya estaba alertada de su presencia en el lugar. Se desata un enfrentamiento en el cual Astra y Fade Omega abren una compuerta, pero su intento se ve frustrado por la explosión de una Spike cercana por parte de Alpha.

Finalmente, tras estos sucesos, la narrativa progresa con el reclutamiento de los agentes Gekko, quien tiene de mascota cuatro criaturas radívoras y Deadlock, que pierde uno de sus brazos en una misión en Noruega tras ser atacada por un oso sometido a pruebas con Radianita. La agente KillJoy le proporciona un nuevo brazo protésico y con habilidades mejoradas, vuelve al servicio, sin embargo, ahora tiene un resentimiento hacia estas criaturas catalogadas como Radívoros.

Por consiguiente, se presenta el segundo objetivo específico de identificar las expresiones transmediáticas generadas por el creador del producto. Es importante precisar que, durante la recopilación de información, se identificaron cinco subcategorías adicionales que no se habían previsto inicialmente. Estas subcategorías contribuyen significativamente a contenidos transmediales insertados en el propio videojuego. Además, se tomó la decisión de eliminar la subcategoría de contenido en redes sociales, ya que las subcategorías de cinemáticas, música, eventos y teasers son publicadas a través de este medio, para evitar redundancias. Por último, se sustituyó la subcategoría de Ilustraciones por la de Teasers, ya que se observó una falta de contenido ilustrativo, mientras que los teasers resultaron ser más abundantes en las plataformas. En este sentido, se evidencia una construcción de la narrativa a través una serie de cortometrajes periódicos, que revelan aspectos cruciales de la trama, construcción de personajes y la introducción de nuevas locaciones. Sin embargo, es relevante señalar que esta

serie de videos únicamente relata lo esencial para comprender la narrativa, dejando al fanático indagar más e invitarlo a explorar como esta narrativa se esclarece más a través de teasers e imágenes que se encuentran en las múltiples plataformas que posee Valorant. Esta narrativa se aclara aún más a través de elementos insertados directamente en el propio videojuego como diálogos entre los agentes, pantallas de inicio, audios y correos ubicados en la oficina de Brimstone. De esta manera se crea una experiencia envolvente, que fomenta la participación activa del jugador en la construcción y comprensión del universo narrativo.

Por otro lado, Valorant incorpora expresiones transmediáticas adicionales como producciones musicales y cortos, que complementan la construcción de los personajes de los agentes. A su vez, se considera el merchandising, que proporciona una amplia variedad de productos, que permite expresar el fanatismo y la conexión con el videojuego, permitiendo a los fanáticos mostrar su apoyo y lealtad a la marca de una manera tangible y personal.

Además, Riot Games organiza eventos en respuesta a acontecimientos importantes dentro del juego, como la introducción de nuevos agentes, modos de juego y eventos de esports. Estos eventos buscan ofrecer una experiencia más allá de la pantalla, que enriquece la participación de los fans mediante concursos y dinámicas interactivas.

Finalmente, se presenta al tercer objetivo específico que comprende en identificar los contenidos creados por los fanáticos. En este aspecto se observa que, a través de la creación y difusión de obras generadas por la comunidad en redes sociales, se promueve una participación activa e interactiva, convirtiéndose en una promoción no oficial del videojuego mediante la expresividad y creatividad de los usuarios. Estas obras, centradas mayormente en personajes específicos del juego, que explora sus trasfondos, personalidades, hasta ofrecer nuevas perspectivas, actuando como guías informativas que invitan a los jugadores a profundizar más en la narrativa del juego. Estas actividades incluyen la recopilación de cinemáticas, análisis a profundidad, exploración de pistas en las redes sociales, inmersión en el juego para extraer información de diversos elementos como diálogos, pantallas de inicio y mapas.

Las animaciones paródicas, por otro lado, aportan una visión humorística de los agentes, respetando la trama original o explorando nuevas historias con creatividad. Por otro lado, los canales creativos ofrecen conceptos de nuevos agentes, habilidades, retos, desarrollo temprano del juego y teorías sobre la narrativa principal del juego, brindando contenido informativo, diverso y estimulante.

La producción y venta de productos inspirados en Valorant por parte de la comunidad demuestra el profundo fanatismo de los jugadores hacia los personajes, se fortalece el vínculo entre los jugadores y el universo del juego a través de mercancía personalizada e innovadora, que no se puede encontrar a través de los canales oficiales de Riot Games. En adición a esto, la difusión de cosplays mediante fotos y videos no solo proporciona una promoción orgánica para Valorant, sino que también contribuye a la creación de un ciclo activo de participación y expansión en la comunidad, atrayendo a nuevos jugadores y fomentando la exploración del trasfondo de los personajes. Además, la difusión de piezas musicales en plataformas digitales de igual manera promueve una promoción orgánica del videojuego, atrayendo a nuevos fanáticos a través de estas producciones creativas y atractivas.

En base a los resultados encontrados en el primer objetivo específico, que es describir el universo narrativo del videojuego Valorant, este se sitúa en un mundo ficticio donde a raíz de un acontecimiento conocido como La Primera Luz, otorgó habilidades únicas a un grupo de individuos y da origen a un mundo espejo. Este evento desencadenó un conflicto entre las realidades Alpha y Omega, que se desarrolla en varios lugares del planeta donde existe la presencia de Radianita. De manera similar, Cabezas (2020) destacó que en el videojuego Overwatch se emplea una visión original al introducir tramas que permiten a los usuarios identificarse con su universo transmedia, impactando en la forma en que se relacionan en su entorno virtual. La conexión de cinemáticas con cómics, música y relatos cortos complementa la experiencia post-juego, brindando a los jugadores una satisfacción más completa que la obtenida únicamente al jugar.

Dentro de este universo, se encuentra a veintidós personajes, cada uno con una historia única que comprende un origen, motivación, personalidad y

características culturales de su país de origen, esta rica diversidad en la construcción de personajes además de añadir profundidad a la narrativa, establece un vínculo significativo con el fan, quien se identifica y conecta de manera más profunda con los personajes. Cabezas (2020) señaló que los escenarios donde se desarrollan las partidas no solo constituyen elementos del videojuego, sino que también cuentan con una narrativa a través de capas transmediáticas. Además, destaca la inclusión de detalles en estos entornos, donde los aficionados más adentrados en la narrativa pueden descifrar su significado. Asimismo, Vanegas (2021), resalta como el tiempo que transcurre en los videojuegos de mundo abierto emerge como elemento fundamental para comprender la estructura narrativa de una historia. La ubicación espacio-temporal, desempeña un papel crucial al contribuir a la creación de una atmósfera que se vincula estrechamente con la trama.

Además, cada personaje emite diálogos con otros agentes que contribuyen a la construcción de sus personalidades y relaciones, el videojuego presenta temáticas que abarcan conflictos, acción, conspiración y elementos de ciencia ficción. Al respecto Cabezas (2020) refiere que el aporte de los personajes al juego *Overwatch*, señalando que, a través de frases y diálogos con otros personajes, los jugadores tienen la oportunidad de conocer más sobre las personalidades y trasfondos de los protagonistas, donde se obtiene detalles adicionales sobre el canon del juego. Estos factores se entrelazan hábilmente para ofrecer a los usuarios una experiencia única y dinámica, sumergiéndolos en un universo donde la acción táctica se fusiona con narrativas interesantes de conspiración y conflictos en un contexto futurista. De manera semejante, Cuenca y López (2021) resaltó que las temáticas postapocalípticas captan el especial interés de los consumidores jóvenes. Estos se ven impulsados por la curiosidad y la búsqueda de experiencias que no encuentran en su vida cotidiana. No obstante, esta conclusión no es completamente definitiva, a pesar de respaldarse en estudios previos.

Finalmente, la trama que desarrolla el videojuego está dividida en siete capítulos y diecinueve actos. En este contexto, los agentes del mundo Omega emprenden misiones con el objetivo de robar la Radianita del mundo Alpha, teletransportándola a su realidad para poder seguir abasteciéndose de este

material escaso en su dimensión. De la misma manera Cuenca y López (2021), resaltan que la revelación de datos, curiosidades y fragmentos de la historia enriquece el entendimiento del mundo ficticio para los consumidores, lo cual los anima a involucrarse profundamente en la trama. Este nivel de participación llega a crear una presencia más significativa e inmersiva dentro del universo transmedia de la franquicia.

Con respecto al segundo objetivo específico, de identificar los contenidos transmediáticos que utiliza la desarrolladora de Valorant, las cinemáticas proporcionan detalles sobre los personajes, revelando su comportamiento y motivaciones. A través de estas secuencias, el usuario tiene la oportunidad de sumergirse en los lugares de origen de los agentes, fortaleciendo la conexión entre jugador y personaje. Cabezas (2020), señaló que los cortometrajes animados que se producen sobre los personajes del videojuego complementan la narrativa al proporcionar información relevante para la trama principal. Adicionalmente, existen cinemáticas que narran el origen, personalidad y habilidades de los personajes, proporcionando de esta manera una comprensión más integral de la narrativa ofreciendo así una visión más completa del universo del juego. Las canciones que acompañan estos cortometrajes, resaltan y fortalecen el concepto de la personalidad de los agentes a través de su contenido lírico. Igualmente, Cabezas (2020), destacó que la música original del videojuego refuerza la experiencia para aquellos jugadores que buscan algo más que simplemente participar en un juego de disparos entre bandos enemigos.

En cuanto al merchandising oficial creado por la desarrolladora, productos como estatuas de agentes, prendas de vestir y mobiliarios gaming no aportan a la narrativa del juego. En su lugar, buscan establecer una conexión más profunda con los usuarios, a través de su fascinación por el juego. De igual manera Jux(2014) usó el término *candom* para referirse a los productos exclusivos de la desarrolladora donde se incluyen libros, cómics y productos del merchandising relacionados con el juego. Estos elementos, buscan enriquecer la experiencia del jugador. Además, los teasers que se revelan en cada inicio de un nuevo acto, logran captar la atención del jugador al generar expectativa, especulación y emoción dentro de la comunidad, motivando a los usuarios a sumergirse más en la narrativa. Además, se hallaron

aspectos transmediales dentro del mismo juego como grafitis, tarjetas de agentes y diálogos de los agentes dentro de un espacio situado dentro del mismo juego. A su vez, Calderon (2020) destacó las estrategias empleadas por la 20th Century Fox, la distribuidora de Alien: Covenant, cuyas tácticas consistieron en el lanzamiento de tráilers, teasers y piezas gráficas, no solo contribuyeron a la expansión de la narrativa, sino que también atraieron a nuevos usuarios y mantuvieron el interés de aquellos que ya estaban familiarizados con la franquicia a través de la difusión de estos contenidos.

Finalmente, los eventos organizados por la desarrolladora generalmente no contribuyen directamente a la trama del videojuego; sin embargo, buscan enriquecer la experiencia de los jugadores a través de concursos, dinámicas y la venta de artículos vinculados al juego. De la misma manera Pongo (2022), identificó que la transmedia utilizada en un videojuego tiene el potencial de proporcionar una experiencia única para el usuario, mencionando a la serie animada ARCANÉ, inspirada en el universo del videojuego League of Legends de la misma distribuidora de Valorant, Riot Games. La compañía llevó a cabo varios eventos a nivel mundial, que aumentó el prestigio de la marca. Además, gracias a estas iniciativas, League of Legends ha logrado establecer una conexión notable con su audiencia, involucrándolos de manera activa en una extensa comunidad interactiva.

Por otro lado, según la base teórica, Ariza (2018) señaló el uso de la intertextualidad por parte de los autores para comprometer a los usuarios, estimulándolos a esforzarse más en la identificación de mensajes específicos presentes en la narrativa. Esto se refleja especialmente en los grafitis del videojuego, donde se observan referencias a la cultura popular.

En cuanto a los resultados del último objetivo específico, contenido generado por el usuario, en el apartado de fan-art se destacó tres grupos de Facebook junto con los hashtags #valorantfanart, #valorantfanarts, #valorantart brindando a la comunidad un espacio para compartir de manera apasionada las ilustraciones de sus personajes favoritos del juego. Estas representaciones destacan las características y personalidades únicas de los agentes del juego. Del mismo modo Cuenca y López (2021), resaltan la variedad de estilos y técnicas utilizados por los creadores de fan art, quienes comparten sus obras en sitios web, foros y

comunidades de fans. Esto demuestra que el fan art desempeña un papel esencial al integrar las creaciones de los fans y conectarlas con la historia oficial y el universo creado por los usuarios.

Los fan-videos, encontrados en la plataforma de Youtube, se categorizaron en tres grupos: canales vinculados con la historia, que ofrecen contenido informativo sobre la trama del videojuego sirviendo como guía para el jugador; Humorístico, donde se presentan creaciones cómicas de los agentes del juego respetando sus características de personalidad tal como se muestran en el videojuego; Curiosidades y teorías, abordan conceptos sobre futuros agentes, habilidades y generando especulaciones sobre el desarrollo futuro de la narrativa. De la misma manera Cuenca y López (2021) resaltan la importancia de los contenidos creados por los propios usuarios, específicamente aquellos con un enfoque informativo. Estos contenidos se presentan como una fuente valiosa de información, ya que explican datos, curiosidades y resúmenes de la narrativa. Su función es ayudar a los usuarios a ampliar y comprender mejor el trasfondo del videojuego. En cuanto al Merchandising Fan-made, se destacó tres grupos de Facebook donde los usuarios difunden y venden sus artículos creados por ellos mismos sobre el videojuego, Jux (2014) denomina Fandom a los contenidos creados por los propios usuarios y compartidos entre ellos a través de diversas plataformas. De igual modo, Frugone & Yanina y Schandor (2013). Denominan al Fandom como una comunidad de personas con intereses comunes que, gracias al avance tecnológico, pueden compartir sus creaciones de manera colaborativa en diferentes grupos.

En cuanto a los cosplay, se eligieron tres grupos en Facebook donde los usuarios comparten sus representaciones de los agentes del juego. Además, se identificó los hashtags #valorantcosplay, #valorantcosplayer, #valorantcosplays es utilizado para etiquetar este tipo de contenidos al ser compartidos por los jugadores. Así mismo Jux (2014), menciona que los cosplays son representaciones detalladas realizadas por los usuarios, quienes se visten como sus personajes de videojuego favorito. Destaca la abundancia de publicaciones relacionadas a disfraces en la web, señala que la productora recopila y comparte este tipo de contenido a través de su página web oficial.

Finalmente, en el apartado de música, se encontraron cuatro canales de YouTube donde los usuarios realizan covers de las canciones oficiales del juego, y algunos fanáticos utilizan softwares para generar voces de agentes y crear covers de canciones populares. Además, se tuvo en cuenta la participación de profesionales en música que reaccionaron y difundieron los temas oficiales del juego en sus comunidades. Por otro lado, Cabezas (2020), menciona el caso de una canción creada por el rapero Keyblade sobre Overwatch, la cual se volvió muy popular llegando a millones de visitas, la canción describe a cada personaje del juego y se volvió una canción referente durante ese tiempo.

Según la base teórica de Villa et al. (2019) sobre la cultura participativa, destaca que toda persona obtiene información personalizada de acuerdo a su cultura. Lo que quiere decir que la información obtenida acerca de la narrativa del videojuego se comparte de acuerdo con la cultura y sociedad de cada individuo, sin importar su ubicación.

Por otro lado, Scolari (2013) menciona que los prosumidores desempeñan un papel fundamental en la narrativa, ya que, a través de sus creaciones, como avances, parodias o resúmenes, contribuyen a ampliar la historia. Es recomendable mantener un contacto cercano con ellos y proporcionar espacios donde puedan expresarse libremente.

## V. CONCLUSIONES

1. Se concluyó que la empresa desarrolladora Riot Games, propuso desde un inicio la construcción de una narrativa envolvente, que actualmente se encuentra en pleno crecimiento. A través de la implementación de cinemáticas, teasers y producciones musicales, brindan una experiencia que trasciende los límites del propio juego otorgando a los usuarios algo más allá que jugar un *shooter* competitivo. Además, se considera que las estrategias como la creación y distribución de productos referentes al videojuego (merchandising) y eventos presenciales conceden experiencias interactivas, tangibles y satisfactorias a sus jugadores. No obstante, Valorant equilibra esta estrategia transmedia con aportes insertados directamente en el juego, como las líneas de voz entre personajes, tarjetas de jugador y ambientes con pistas que explican los sucesos del juego.

2. El universo narrativo del videojuego Valorant, usa temáticas que involucran conflictos y elementos de ciencia ficción, impulsan a la profundidad y riqueza de la trama, presentando múltiples situaciones llenas de acción e intriga. Además, la diversidad y complejidad de los personajes, cada uno con un trasfondo, motivación, procedencia y personalidad distinta, generan un vínculo emocional con los fanáticos alrededor del mundo. Sumado a esto, la interconexión que existe entre los escenarios e interacción entre los personajes contribuyen en la creación de capas transmediáticas que enriquecen la experiencia y participación activa de los usuarios.

3. La empresa Riot Games, emplea eficazmente contenidos transmediáticos, como cinemáticas, teasers y videoclips musicales para potenciar la narrativa del juego, genera expectativa y conversaciones, lo que añade niveles de profundidad, introduciendo nuevos elementos, detalles y contexto a la historia. Además, sus estrategias de promoción de merchandising oficiales y participación en eventos fortalecen a la marca y establecen una conexión más significativa y directa con sus clientes, más allá de la trama del juego.

4. La comunidad desempeña un rol fundamental en la narrativa transmedia de Valorant, al crear y compartir una amplia gama de contenidos en diversas

plataformas digitales, que abarcan desde análisis detallados de la trama, vídeos humorísticos, creación de productos inspirados en el juego e incluso vestirse de su personaje favorito, los prosumidores impulsan una promoción orgánica y a la vez contribuyen de manera significativa a la construcción de una comunidad sólida, fiel y comprometida en torno a Valorant.

## VI. RECOMENDACIONES

Se sugiere a los futuros investigadores profundizar y examinar con mayor detalle el concepto emergente de la narrativa transmedia, dada su reciente relevancia en las últimas dos décadas. La falta de información a nivel nacional indica la necesidad de investigaciones más exhaustivas para comprender mejor este fenómeno. Además, se invita a continuar investigando la narrativa transmedia del videojuego Valorant, explorando posibles expresiones transmediáticas adicionales, como literatura, series o filmes que puedan surgir en el futuro.

También se recomienda considerar la estructura que abarca los elementos de configuración, personajes, tema y trama al describir el universo narrativo de una producción. Estos componentes, propuestos por una serie de autores como parte de una estructura evaluativa, facilitan a la comprensión eficaz y profunda de la narrativa en cuestión.

Se recomienda a las desarrolladoras implementar más espacios digitales destinados a que los prosumidores puedan difundir sus creaciones, esta iniciativa fortalecerá la presencia y fidelidad al videojuego, a su vez que facilitará la atracción de nuevos seguidores.

A las empresas desarrolladoras de videojuegos shooter competitivos que integren la creación de una narrativa desde las primeras etapas de desarrollo de sus producciones. Esta medida enriquecerá la experiencia del jugador al proporcionar un contexto más profundo y atractivo, a su vez también permitirá una implementación efectiva de estrategias transmedia, como cinemáticas, teasers y otros contenidos, para fortalecer la conexión emocional con la audiencia y prolongar su fidelidad con el juego a lo largo del tiempo.

## Referencias

- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia*. Barcelona: Deusto.
- Jenkins, H. (2006). *Cultura convergente*. Editorial Paidós.
- Riot Games. (2019, 15 de octubre ). *Project A: Anuncio del FPS táctico de Riot | Riot Pls: Edición 10.º aniversario - League of Legends [Video]*. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=4iGU6PctOBg&ab\\_channel=RiotGames](https://www.youtube.com/watch?v=4iGU6PctOBg&ab_channel=RiotGames)
- Kent, E. (29 de Mayo de 2020). *Valorant's closed beta pulled in 3m daily players*. Eurogamer.net. <https://www.eurogamer.net/valorants-closed-beta-pulled-in-3m-daily-players#:~:text=According%20to%20stats%20from%20Riot,hoops%20to%20actually%20gain%20access>
- Jux, A. (2014). *Análisis de la expansión transmedia y la figura del prosumidor en los juegos MMO: El caso de League of Legends*. Universidad de Alicante, Comunidad Valenciana, España. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/31932/Vargas%20da%20Silva%20Ulloa%2c%20David.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Amaiquena, F., Baquerizo, G., & Piza, N. (2019). *Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias*. Revista Conrado, 15(70), 455-459. <http://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>
- TrackerNetwork. (s.f). Valorant Tracked Players. <https://tracker.gg/valorant/population>
- Vela, Z. (2020). *Narrativa Transmedia en la serie "Game Of Thrones"*. Repositorio Ucv. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/66876>
- Achica, J. (2018) *"Narrativas transmedia y videojuegos: la retroalimentación entre los mundos transmediales y la comunidad prosumidora"* <https://m.riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/116494/TFM-J.%20M.%20ACHICA-ALLENDE.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Cabezas, S. (2020). *"La dimensión transmedia de Overwatch cuando el "fandom" supera el canon"*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7785117>

- Vanegas, J. (2021). *Las Narrativas en los Videojuegos de Mundo Abierto*.  
<https://repository.udistrital.edu.co/handle/11349/28189>
- López, C. (2021). *Ficción, jóvenes y narrativas transmedia en entornos virtuales*.  
*EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 10(2), 163-183.  
<https://doi.org/10.21071/edmetic.v10i2.13171>
- Cuenca D. , Lopez, F. (2021) "*Videojuegos y procesos de transmediación. Una aproximación a los universos transmedia videolúdicos a través de la franquicia Fallout*".  
<https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/370/430>
- Pongo, F. (2022). *La Narrativa Transmedia en videojuegos. Caso: League of Legends*. Repositorio UPN.  
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/31998>
- Calderon, J. (2020). *La producción de la Narrativa Transmedia de "Alien: Covenant" y la interactividad en sus prosumidores 2019*. Repositorio UPN.  
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/26334/Calderón%20Gonzales%20José%20Luis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Yucra, L., Espinoza, C., Nuñez, R., & Aguaded, I. (2022). "*De consumidores a prosumidores la narrativa transmedia en dos juegos móviles para adolescentes y jóvenes*".  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8460478>
- Curi, J. (8 de julio de 2020). *Análisis de la plataforma transmedia en la producción original de Netflix: Stranger Things*. Repositorio UPC.  
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/653199>
- Jenkins, H. (12 de diciembre de 2009). *The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, Two Actually*. Five More on Friday). henryjenkins.org.  
[https://henryjenkins.org/blog/2009/12/the\\_revenge\\_of\\_the\\_origami\\_uni.html](https://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html)
- Jenkins, H. (12 de diciembre de 2009). *Revenge of the Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling*. henryjenkins.org.  
[https://henryjenkins.org/blog/2009/12/revenge\\_of\\_the\\_origami\\_unicorn.html](https://henryjenkins.org/blog/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html)

- Villa, M., Bermudez, D., & Arias, M. (2019). *Transmedia Earth Conference Medios, narrativas y audiencias en contextos de convergencia*. Editorial EAFIT. <https://editorial.eafit.edu.co/index.php/editorial/catalog/book/5>
- Ariza, M. (2018). *Donkey Xote cabalga distinto en España y en Italia: reflexiones sobre la intertextualidad audiovisual*. Journal of Literary Education. <https://ojs.uv.es/index.php/JLE/article/view/12252/12450>
- Frugone, T., & Yanina y Schandor, A. M. (2013). *El reino más grande del mundo: La existencia del fandom como fenómeno cultural. VII Jornadas de Jóvenes investigadores, Buenos Aires*. <https://www.aacademica.org/000-076/98.pdf>
- Maldonado, J. (2018). *Metodología de la investigación social: Paradigmas: cuantitativo, sociocrítico, cualitativo, complementario*. Ediciones de la U. [https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=FTSjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA23&dq=investigaci%C3%B3n+descriptiva+cualitativa&ots=6lcNZRI C\\_3&sig=4GpZXUWJmF5LURCahaLDcyJ1QW8#v=onepage&q=investigaci%C3%B3n%20descriptiva%20cualitativa&f=false](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=FTSjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA23&dq=investigaci%C3%B3n+descriptiva+cualitativa&ots=6lcNZRI C_3&sig=4GpZXUWJmF5LURCahaLDcyJ1QW8#v=onepage&q=investigaci%C3%B3n%20descriptiva%20cualitativa&f=false)
- Durán, M. (2012). *El estudio de caso en la investigación cualitativa*. Revista nacional de administración, 3(1), 121-134. <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/rna/article/view/477/372>
- Hernández, M., y Grandío, M. (2011). *Narrativa crossmedia en el discurso televisivo de Ciencia Ficción. Estudio de Battlestar Galactica (2003-2010)*. ÁREA ABIERTA. <https://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/ARAB1111130004A>
- Fernández, C. (2013). *Prácticas transmedia en la era del prosumidor: Hacia una definición del Contenido Generado por el Usuario (CGU)*. Cuadernos de Información y Comunicación 2014, vol. 19 5367. [https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/31308/practicas\\_fernandez\\_CIC\\_2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/31308/practicas_fernandez_CIC_2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- AndrewZeus. (2023, 28 de febrero). *VALORANT: Roles de los agentes explicados*. The Spike. <https://www.thespike.gg/es/news/valorant-roles-de-los-agentes-explicados/3564>

- Riot Games. (s.f). Valorant Agentes. <https://playvalorant.com/es-mx/agents/>
- Sir Jeppy. (2022). *The Entire Valorant Lore Storyline In One Video* | Updated [Video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=AKeCPclpnyl&ab\\_channel=SirJeppy](https://www.youtube.com/watch?v=AKeCPclpnyl&ab_channel=SirJeppy)
- Campos, G. y Lule, N. (2012). *La observación, un método para el estudio de la realidad*. Revista Xihmai VII (13), 45-60. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>
- Quintana, L. y Hermida, J (2019). *El método hermenéutico y la investigación en Ciencias Sociales*. Revista Juridica . <http://revistajuridica.uflo.edu.ar/index.php/RevistaJuridica/issue/view/Aportes%20al%20Derecho%202019>
- DARKSEID. (2023, 1 de agosto). *All VALORANT Cinematics trailers in TIMELINE order*. [Video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=kGfE34p0F\\_M](https://www.youtube.com/watch?v=kGfE34p0F_M)
- Valorant Lore Wiki. (2020, 16 de diciembre). *VALORANT Lore Wiki*. [https://valorant-lore.fandom.com/wiki/Valorant\\_Lore\\_Wiki](https://valorant-lore.fandom.com/wiki/Valorant_Lore_Wiki)

## Anexos

### Anexo 1: Matriz de consistencia

**Título:** Análisis de las estrategias transmedia en videojuegos: Caso VALORANT

MATRIZ DE CONSISTENCIA				
PROBLEMA	OBJETIVOS	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍAS	INDICADORES
<p><b><u>Problema general:</u></b></p> <p>¿Cuáles son las estrategias transmedia empleadas en el videojuego Valorant?</p> <p><b><u>Problemas específicos:</u></b></p> <p><b>a)</b> ¿Cómo es el universo transmedia de Valorant?</p> <p><b>b)</b> ¿Qué expresiones transmediáticas utiliza la desarrolladora de Valorant para mantener el interés de los jugadores?</p> <p><b>c)</b> ¿Qué contenidos transmedia son creados por los prosumidores y a través de qué canales se distribuyen?</p>	<p><b><u>General:</u></b></p> <p>Analizar las estrategias transmedia empleadas en el videojuego Valorant</p> <p><b><u>Específicos:</u></b></p> <p><b>a)</b> Describir el universo narrativo del videojuego Valorant.</p> <p><b>b)</b> Identificar las expresiones transmediáticas que utiliza la desarrolladora de Valorant para mantener el interés de los jugadores</p> <p><b>c)</b> Identificar los contenidos creados por los prosumidores y su distribución multiplataforma.</p>	<p>V1</p> <p><b>NARRATIVA TRANSMEDIA</b></p>	<p>Universo Narrativo</p> <p>Expresiones Transmediáticas generadas por el creador del producto.</p> <p>Contenido generado por el usuario</p>	

## Anexo 2: Matriz de operacionalización

**Título:** Análisis de las estrategias transmedia en videojuegos: Caso VALORANT

Matriz de Categorización					
Unidad Temática	Definición Conceptual	Definición Operacional	Categoría	Subcategorías	Código
Narrativa Transmedia	Según Jenkins (2006), una narrativa transmediática se despliega en varias plataformas de medios, cada una aportando un valor único y específico a la historia. La incorporación de diferentes medios enriquece la experiencia, suscitando un mayor interés por parte del público consumidor.	<p>Para obtener la información teórica requerida, se llevó a cabo un proceso de investigación a través de un Artículo de Revisión de la Literatura Científica, orientado hacia el estudio de la narrativa transmedia. Posteriormente, se procederá al análisis exhaustivo del contenido audiovisual publicado en diversos medios, así como dentro del propio videojuego Valorant, así como también las creaciones de los prosumidores.</p> <p>Una vez recopilada dicha información, se procederá a la construcción de un instrumento de guía de observación, que permitirá registrar y sistematizar de manera precisa y objetiva los aspectos relevantes. Por último, se llevará a cabo un proceso de triangulación, el cual consistirá en la comparación y contrastación de los datos obtenidos de diferentes fuentes y expertos, con el fin de garantizar la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos.</p>	Universo Narrativo	Configuraciones	NT
			Personajes		
			Tema		
			Trama		
			Expresiones Transmediáticas generadas por el creador del producto.	Cinemáticas	
			Música		
			Eventos		
			Merchandising oficial		
			Tarjeta con agentes		

				Oficina de Brimstone	
				Diálogos entre agentes	
				Graffitis	
				Teasers	
			Contenido generado por el usuario	Fan-vids	
				Fan-arts	
				Merchandising Fan-made	
				Cosplay	
				Música	

### Anexo 3: Instrumentos de recolección

Basado en la guía de observación de Zumel Vela, publicada en el año 2020 en su tesis titulada “Narrativa Transmedia en la serie “Game Of Thrones”.

Guía de observación N° 1					
Videojuego		Capítulos / Temporadas		Año	Desarrolladora / Creadora
Valorant		7 capítulos		2020 - Actualidad	Riot Games
<b>Categoría</b>		<b>Narrativa Transmedia</b>			
Subcategorías					
Capítulo	Configuración (contexto) <b>Lugar - Tiempo - Escenario</b>	Personajes <b>Figuras ficticias en la historia</b>	Tema <b>Conceptos recurrentes que desarrollan la historia</b>	Trama <b>Conjunto de eventos y acciones que conforman la narrativa</b>	
<i>DUELISTAS // Tráiler cinemático oficial del lanzamiento - VALORANT</i>	<b>Italia - Venecia:</b> Es la capital de la región de Véneto, ubicada al norte de Italia. Aunque no cuenta con una	<b>Phoenix:</b> Jamie Adeyemi, oriundo del distrito de Peckham en el sur de Londres, Reino Unido, es el verdadero nombre detrás del agente conocido como Phoenix,	El corto revela el destructivo poder del dispositivo denominado como Spike una vez que es colocado encima de	En la trama, presenciamos al agente Phoenix, cuyo objetivo es obtener la Spike que posee Jett Omega, la cual, pretende plantar	

	<p>extensa red de calles, está atravesada por canales y bordeada por palacios con arquitectura renacentista.</p> <p><b>Mapa ASCENT:</b> Tras los acontecimientos de la Primera Luz en la ciudad italiana de Venecia, un agente de Omega hizo una incursión al mundo de Alpha para realizar el plante y detonación de la spike. Debido a que el Protocolo Valorant no pudo detener este ataque, la explosión que provocó un evento catastrófico que arrancó una gran parte de la ciudad del suelo y ahora se encuentra elevada permanentemente a cientos de metros en el</p>	<p>un joven moreno de ascendencia afrobritánica. Phoenix es un radiante con habilidades basadas en el fuego y fue el noveno recluta en el Protocolo Valorant. Su vestimenta es una chaqueta blanca con una peculiar iluminación de fuego en el interior y un pantalón oscuro holgado. Posee un característico cabello de rastas cortas, teñidas de naranja en las puntas. Phoenix se caracteriza por su audacia y confianza innata, sin embargo, tiende a ser impulsivo e impaciente.</p> <p><b>Jett:</b> Han Sunwoo, oriunda de Corea del Sur, es el verdadero nombre detrás de la agente conocida como Jett. Es una joven baja, de piel clara que viste una armadura con símbolos referentes al viento, una chaqueta sin mangas con capucha de color azul. Tiene el cabello de color blanco</p>	<p>Radianita. Además, se logra apreciar un primer enfrentamiento entre estas 2 realidades.</p>	<p>este artefacto sobre la radianita. Durante el enfrentamiento, se exhiben las habilidades únicas y definitiva de Phoenix. A pesar de que Phoenix es derrotado, su habilidad definitiva le permite resurgir en el mismo lugar, revelando las consecuencias devastadoras de la colocación de la "Spike" en la ciudad de Venecia.</p>
--	---	---	--	--

	<p>aire. Este acontecimiento se considera el más destructivo relacionado con la radianita ocurrido en el mundo Alpha. Según la geografía oficial del videojuego esta locación se encuentra en las coordenadas 45°26'BF" N 12°20'Q" E.</p>	<p>con un flequillo y una cola. Es una radiante que posee poderes inspirados en el uso del viento a su favor, además de poseer unos kunais en su habilidad definitiva, fue la décima recluta en el Protocolo Valorant. Jett se distingue por su agresividad, así como por una personalidad sarcástica, juguetona y obstinada. Su preferencia por hacer las cosas a su manera refleja una actitud independiente, mostrando una clara aversión a depender o preocuparse por otros.</p>		
--	---	--	--	--

Guía de observación N° 1			
Videojuego	Capítulos / Temporadas	Año	Desarrolladora / Creadora
Valorant	7 capítulos	2020 - Actualidad	Riot Games
Categoría	Narrativa Transmedia		
Subcategorías			

Capítulo	Configuración (contexto) <b>Lugar - Tiempo - Escenario</b>	Personajes <b>Figuras ficticias en la historia</b>	Tema <b>Conceptos recurrentes que desarrollan la historia</b>	Trama <b>Conjunto de eventos y acciones que conforman la narrativa</b>
<p>DUALIDAD // Cinématica de narrativa oficial VALORANT</p>	<p><b>Rabat, Marruecos:</b> Ubicada en la costa del río Bu Regreg y océano Atlántico, esta ciudad es reconocida por sus sitios emblemáticos que reflejan tanto el patrimonio islámico como el colonial francés.</p> <p><b>Mapa BIND:</b> Bind se sitúa frente a la costa de Rabat, la capital de Marruecos en tierra Alpha, tras implementar una vasta instalación de refinación de radianita operada por Kingdom Corporation, sin preocuparse por la destrucción de elementos culturales y tras la difusión de promesas falsas, los</p>	<p><b>Kill Joy:</b> Klara Böhringer, proveniente de Alemania, es el nombre real detrás de la agente conocida como Kill Joy. Es una humana, que posee en su arsenal diferentes inventos robóticos con los cuales hace frente a los enemigos, además de lograr varios avances tecnológicos para Kingdom Corporation y fue la cuarta agente en unirse al Protocolo Valorant.</p> <p>Kill Joy se caracteriza por ser una persona entusiasta, ambiciosa e inteligente; ayudando a sus compañeros de equipo cuando lo necesiten. Su vestimenta es una sobresaliente chaqueta amarilla, un gorro de color verde, gafas grandes redondas y unos pantalones vaqueros.</p>	<p>En la cinemática, presenciamos la primera confrontación entre los agentes del mundo Alpha y Omega. Durante este enfrentamiento, descubren similitudes notables tanto en apariencia física como en habilidades.</p>	<p>Phoenix llega a bordo de un VLT/R junto a Viper para ayudar a Killjoy en la desactivación de una Spike. Se esfuerza por detener al único enemigo que trata de defender el Spike, solo para sorprenderse al descubrir que el oponente es una versión idéntica de sí mismo, el cual logra huir del lugar.</p> <p>Posteriormente, Phoenix contribuye a desactivar el Spike utilizando sus poderes radiantes para sobrecalentar un Radi-Core necesario para alimentar un desactivador. A pesar de completar la misión, expresa su frustración por no conocer los</p>

	<p>habitantes locales se oponen a cualquier actividad de esta corporación. Según la geografía oficial del videojuego esta locación se encuentra en las coordenadas 34°2'A" N 6°51'Z" O</p>	<p style="text-align: center;"><b>Viper:</b></p> <p>Sabine Callas, proveniente de los Estados Unidos, es el verdadero nombre detrás de la agente conocida como Viper, desempeñándose como la doctora científica de Kingdom Corporation.</p> <p>Viper es una humana con habilidades basadas en artefactos que utilizan un potente veneno y fue una de las fundadoras del Protocolo Valorant, siendo el segundo agente.</p> <p>Su vestimenta es un traje de color verde y negro, unas botas largas. y posee una máscara gas.</p> <p>Viper se distingue por su agresividad implacable hacia los enemigos, buscando infundirles un temor constante. Esta motivación proviene de una profunda sed de venganza contra aquellos que le arrebataron significativas partes de su vida.</p> <p style="text-align: center;"><b>Phoenix</b></p>		<p>detalles relacionados con sus misiones. Por ello, Viper le asegura que ahora recibirán información más detallada sobre estos encargos.</p>
--	--	---	--	---

Guía de observación N° 1					
Videojuego		Capítulos / Temporadas		Año	Desarrolladora / Creadora
Valorant		7 capítulos		2020 - Actualidad	Riot Games
Categoría		Narrativa Transmedia			
Subcategorías					
Capítulo	Configuración (contexto) <i>Lugar - Tiempo - Escenario</i>	Personajes <i>Figuras ficticias en la historia</i>	Tema <i>Conceptos recurrentes que desarrollan la historia</i>	Trama <i>Conjunto de eventos y acciones que conforman la narrativa</i>	
UNITED TOGETHER // China Launch Official Cinematic	<p><b>Timbu, Bután:</b> Timbu está situada en un valle en el noroeste de Bután, destaca por sus afamados templos budistas.</p> <p><b>Mapa HAVEN:</b> Después de los eventos de la Primera Luz, Kingdom</p>	<p><b>Sova:</b> Sasha Novikov, oriundo de la ciudad de Severomorsk, Murmansk, Rusia, es el verdadero nombre detrás del agente conocido como Sova, un hombre de piel clara con una larga cabellera rubia y un ojo biónico. Sova es un humano, el cual tiene</p>	Se presentan a las dos facciones: los agentes del mundo Alpha, cuya misión es proteger la zona y evitar que Omega plante la Spike, lo cual desencadenaría daños considerables, aludiendo que no	A lo largo de la cinemática, presenciamos cómo los agentes Phoenix, Sage, Sova y Jett del mundo Alpha se congregan para discutir la necesidad de evitar a toda costa la plantación de la Spike, con el temor de que se	

	<p>Corporation empleó este antiguo monasterio como una instalación y almacén de Radianita. Los estragos de este material son evidentes en la decadencia del lugar, que se manifiesta a través de desmoronamientos, incendios en distintas áreas del mapa y la aparición de columnas gigantes. Según la geografía oficial del videojuego esta locación se encuentra en las coordenadas 27°28'A" N 89°38'WZ" E.</p>	<p>como arma principal un arco con tecnología avanzada y fue el sexto recluta en el Protocolo Valorant. Tiene como vestimenta un abrigo de piel con una capa de color azul y unas botas que se asemejan a las patas de un búho. Sova se caracteriza por ser paciente, cuidadoso y estratega, a pesar de ser un cazador tiene una actitud calmada y serena, dando consejos y cumplidos a sus compañeros de equipo e incluso arriesgando su propia vida por ellos.</p> <p style="text-align: center;"><b>Sage:</b></p> <p>Wei Ling Ying, originaria de China, es el verdadero nombre detrás de la agente conocida como Sage, una mujer de piel clara que luce una larga cabellera negra que cae hasta las rodillas, viste un traje negro con un abrigo blanco con detalles en morado y verde. Sage es una radiante con habilidades curativas y de contención a través de sus orbes</p>	<p>quedará nada si se lleva a cabo.</p>	<p>repita un evento similar al ocurrido en Venecia. Durante la confrontación, se exhiben las diversas habilidades de los agentes y cómo las combinan estratégicamente para lograr su objetivo de eliminar a los agentes enemigos.</p>
--	---	--	---	---

		<p>y fue la séptima recluta en el Protocolo Valorant.</p> <p>Su actitud se distingue por su serenidad y tranquilidad, siempre destacando por su dedicación a cuidar, guiar y asistir a los miembros de su equipo.</p> <p><b>Skye:</b></p> <p>Kirra Foster, originaria de la ciudad de Nimbin, Australia, es el verdadero nombre detrás de la agente conocida como Skye, una fuerte mujer pelirroja de piel clara, con cicatrices en el brazo derecho.</p> <p>Skye es una radiante, con habilidades de control de fauna creados por ella misma, además de un poder curativo, fue la agente número catorce en unirse al Protocolo Valorant.</p> <p>Tiene como vestimenta completamente de color verde conformada por una diadema, chaleco, pantalones y botas.</p> <p>Skye se caracteriza por ser una guía y promover el trabajo en equipo con sus aliados, denota ser una mujer trabajadora y fuerte por su vida trabajando en una</p>		
--	--	---	--	--

		<p>granja.</p> <p><b>Omen:</b></p> <p>Bajo los alias de John, Fred, Marcus, Yohan y Dimitry, es conocido el agente Omen, el fantasma de un hombre cuyo origen continúa siendo un misterio.</p> <p>Omen es un radiante, con habilidades basadas en el uso de sombras e infringir miedo a sus enemigos y fue el tercer recluta en el Protocolo Valorant.</p> <p>Tiene como vestimenta un peto gris, una capa con capucha de color morado, una máscara con 3 aberturas que cubren su rostro, pantalones oscuros y unas vendas que cubren sus brazos y ocultan su verdadera forma hecha de energía.</p> <p>Omen presenta una naturaleza cínica y amenazante, a causa de las complejidades de su existencia inquietante. Para desatar sus poderes, requiere una concentración excepcional.</p> <p><b>Raze:</b></p>		
--	--	---	--	--

		<p>Tayane Alves, nacida en Salvador, la capital del estado de Bahía, Brasil, es la identidad real que se encuentra detrás de la agente conocida como Raze. Esta joven de tez morena con trenzas y gorra ocupó el puesto número doce en el Protocolo Valorant.</p> <p>Raze es una humana con arsenal explosivo con el que hace frente a los enemigos, se distingue por ser el alma de la fiesta, irradia alegría y espontaneidad. Su energía es contagiosa y su amor por la diversión es innegable. No solo una compañera de equipo, Raze considera a sus colegas como si fueran parte de su familia.</p> <p><b>Phoenix</b> <b>Killjoy</b> <b>Jett</b></p>		
--	--	---	--	--

Guía de observación N° 1			
<b>Videojuego</b>	<b>Capítulos / Temporadas</b>	<b>Año</b>	<b>Desarrolladora / Creadora</b>

Valorant	7 capítulos	2020 - Actualidad	Riot Games	
<b>Categoría</b>	<b>Narrativa Transmedia</b>			
<b>Subcategorías</b>				
Capítulo	Configuración (contexto) <b>Lugar - Tiempo - Escenario</b>	Personajes <b>Figuras ficticias en la historia</b>	Tema <b>Conceptos recurrentes que desarrollan la historia</b>	Trama <b>Conjunto de eventos y acciones que conforman la narrativa</b>
RETAKE // Cinemática del Episodio 2	<p><b>Siberia, Rusia:</b> Se trata de una extensa región geográfica situada en la parte asiática oriental de la Federación de Rusia, siendo conocida también como la Rusia asiática.</p> <p><b>Mapa ICEBOX:</b> Es el puerto y centro de investigación en frío de Kingdom Corporation, situado en una pequeña isla rusa en el</p>	<p><b>Yoru:</b> Kiritani Ryo, proveniente de Japón, es el verdadero nombre detrás del radiante conocido como Yoru. Este joven de asiático de tez clara con peinado de tono azul y negro fue el decimoquinto recluta en el Protocolo Valorant. Su vestimenta es una chaqueta azul con pantalones negros. Yoru se destaca por su actitud arrogante e individualista. A pesar de estas características, se revela como un estratega astuto y sigiloso, debido a que sus habilidades lo fuerzan a ser</p>	<p>Se desata el segundo choque entre los agentes del mundo Alpha y Omega en las instalaciones de Kingdom Corporation, situadas en la Antártida.</p>	<p>Se desencadena un enfrentamiento entre los agentes del mundo Alpha, decididos a detener la Spike, y los del mundo Omega, que defienden su artefacto. Esta confrontación tiene lugar en las instalaciones de Kingdom Corporation en la Antártida. Durante la batalla, se introduce al nuevo agente Yoru, un radiante con la capacidad de viajar a través de dimensiones, quien colabora con Phoenix para detener a los agentes Cypher, Viper y Jett de la</p>

	<p>Ártico Norte. Esta instalación secreta tiene como propósito principal el envío de diversos recursos, incluida la radianita, y también sirve como sitio de excavación arqueológica que ha revelado el descubrimiento de un antiguo barco japonés naufragado.</p> <p>Según la geografía oficial del videojuego esta locación se encuentra en las coordenadas 76°44'A" N 149°30'Z" E.</p>	<p>paciente y calculador.</p> <p><b>Cypher:</b>  Amir El Amari, proveniente de Rabat, Marruecos, es el nombre real detrás del agente conocido como Cypher, un hombre misterioso que no revela su apariencia, donde su vestimenta es parecida a la de un detective, con una máscara, guantes y sombrero bióticos. Cypher es un humano, con herramientas de espionaje y revelación de enemigos y fue el quinto recluta en el Protocolo Valorant. Tiene como vestimenta una gran bata blanca donde guarda sus artefactos, pantalones grises y zapatos de vestir. Cypher se caracteriza por ser reservado, inteligente, misterioso y observador, colocando un precio o una condición a la información que posee.</p> <p><b>Phoenix</b>  <b>Jett</b>  <b>Viper</b></p>	<p>tierra Omega y desactivar la Spike en las últimas instancias, donde se muestra nuevamente el poder caótico si llega a explotar.</p>
--	---	---	--

Guía de observación N° 1					
Videojuego		Capítulos / Temporadas		Año	Desarrolladora / Creadora
Valorant		7 capítulos		2020 - Actualidad	Riot Games
<b>Categoría</b>		<b>Narrativa Transmedia</b>			
Subcategorías					
Capítulo	Configuración (contexto) <i>Lugar - Tiempo - Escenario</i>	Personajes <i>Figuras ficticias en la historia</i>	Tema <i>Conceptos recurrentes que desarrollan la historia</i>	Trama <i>Conjunto de eventos y acciones que conforman la narrativa</i>	
CALENTAMIE NTO // Cinemática del Episodio 4  Chispa - Tráiler de la agente Neon	<b>Sede Protocolo Valorant VPHQ</b> La base de operaciones del protocolo permanece cuidadosamente oculta en una remota isla volcánica. Este equipo opera de	<b>Neón:</b> Tala Nicole Dimaapi Valdez, originaria de la ciudad de Manila, Filipinas, es el verdadero nombre detrás de la agente conocida como Neón, una joven baja de piel oliva con peinado de coletas de color azul y mechones amarillos. Neón es una radiante, con	La cinemática transcurre dentro de las instalaciones de protocolo Valorant, donde aparecen la mayoría de los agentes. De manera simultánea se presenta a Neón la nueva agente que	En el desarrollo de la trama, se nos presenta a la mayoría de los agentes dentro de una sala de entrenamiento, compartiendo y sometiéndose a pruebas para mejorar su puntería. Se genera un duelo entre Phoenix y Kay/o para	

	<p>manera completamente autónoma. Su existencia se mantiene en secreto del resto del mundo, y el Protocolo se encarga de borrar cualquier rastro de su presencia en los medios.</p>	<p>habilidades eléctricas y fue la agente número diecinueve en unirse al Protocolo Valorant. Tiene una vestimenta deportiva de tonos azules, con zapatillas deportivas. Neón se caracteriza por estar llena de energía, literalmente; además de ser audaz, sin embargo, tiene una preocupación constante por controlar sus poderes que son contenidos mediante su traje.</p> <p style="text-align: center;"><b>Kay/o:</b></p> <p>Kingdom Anti Yield Operative, es un robot proveniente de otra línea temporal donde se desató una guerra contra los Radiantes. Este robot tiene la habilidad de inhabilitar los poderes de los radiantes, y ahora encontrándose en una realidad donde existe paz entre humanos y radiantes, fue el agente número diecisiete en unirse al Protocolo Valorant. Todo el cuerpo de Kay/o está hecho de metal y tecnología, solo posee un cinturón donde lleva munición .</p>	<p>formará parte de la organización.</p>	<p>determinar quién posee una puntería superior. En medio de esto, Raze y Killjoy deciden crear un robot dotado de diversas habilidades. Simultáneamente, la nueva recluta, Neón, es recibida por Sage para su presentación a los demás agentes. Retomando el enfrentamiento entre Phoenix y Kay/o, el resto de los agentes intenta derrotar al robot. Al percatarse de que individualmente no pueden vencerlo, deciden unir fuerzas y trabajar en equipo para superar el desafío. Finalmente, Sage y Brimstone hacen su entrada en escena, reuniendo a todos los agentes para embarcarse en una nueva misión.</p>
--	---	--	--	--

		<p>A pesar de que Kay/o es una máquina de guerra, no es ajeno a de vez en cuando ser sarcástico o decir bromas y tratar de manera amigable a sus aliados en el campo de batalla.</p> <p><b>Brimstone:</b> Liam Byrne, originario de los Estados Unidos, es el verdadero nombre detrás del líder y fundador del Protocolo Valorant conocido como Brimstone, un hombre robusto con bigote y barba, lleva una vestimenta militar, portando una boina naranja, una placa de metal en el pecho, pantalones y botas tácticas. Es un humano, el cual tiene un arsenal militar como herramientas para hacer frente a los enemigos. Brimstone se destaca como un líder valiente con una conexión excepcional con sus aliados. Su determinación y habilidad para tomar decisiones en situaciones críticas son rasgos distintivos que</p>		
--	--	--	--	--

		reflejan su compromiso inquebrantable con la seguridad y el éxito de su equipo en el campo de batalla. <b>Killjoy</b> <b>Cypher</b> <b>Yoru</b> <b>Jett</b> <b>Sage</b> <b>Sova</b>		
--	--	---	--	--

Guía de observación N° 1				
Videojuego	Capítulos / Temporadas	Año	Desarrolladora / Creadora	
Valorant	7 capítulos	2020 - Actualidad	Riot Games	
<b>Categoría</b>	<b>Narrativa Transmedia</b>			
<b>Subcategorías</b>				
Capítulo	Configuración (contexto) <b>Lugar - Tiempo - Escenario</b>	Personajes <b>Figuras ficticias en la historia</b>	Tema <b>Conceptos recurrentes que desarrollan la historia</b>	Trama <b>Conjunto de eventos y acciones que conforman la narrativa</b>

<p>İYİ GECELER - Tráiler de agente: Fade</p>	<p><b>Estambul - Turquía</b></p> <p>Una ciudad de gran relevancia en Turquía, se extiende tanto en Europa como en Asia, a lo largo del estrecho de Bósforo. Esta cinemática se lleva a cabo en una zona urbana de esta ciudad en un antiguo almacén abandonado.</p>	<p><b>Fade:</b></p> <p>Hazal Eyletmez, proveniente de Turquía, es el nombre real detrás de la agente conocida como Fade, una mujer delgada de piel clara con una larga cabellera de raíces negras y puntas blancas, posee henna en su cuerpo con diversos diseños en las manos, clavícula y rostro. Además, destaca el motivo 'Nazar', un ojo azul y blanco, en su chaqueta, anillos y tachuelas, la cual simboliza la protección contra el mal de ojo en la región mediterránea.</p> <p>Fade es una radiante, con habilidades basadas en el miedo, tras sacrificar su paz mental y cordura y entregarlos a "Nightmare" para obtener estos poderes. Fue la agente número veinte en unirse al Protocolo Valorant, bajo la condición de continuar con su búsqueda de una persona en especial.</p> <p>Tiene como vestimenta una chaqueta azul de mangas negras y pantalones oscuros. Cuenta con detalles como labial</p>	<p>Durante la historia se muestra a un grupo de agentes conformado por Cypher, Chamber, Neón, KAY/O, Breach y Sova quienes intentan capturar a la extorsionadora que amenazaba al Protocolo Valorant con revelar su existencia al mundo.</p>	<p>En el desarrollo de la trama, Neón llega a la ubicación señalada por Cypher a bordo de un VLT/R con el propósito de capturar a Fade. Después de ordenar el aterrizaje, Neón es la primera en experimentar las habilidades de Fade, revelando su peor miedo de no poder controlar sus propios poderes. En este punto, Fade susurra "Kararsız" (Inestable). El pánico de Neón aumenta y chispas crepitan alrededor de sus dedos involuntariamente, desatando sus poderes sin darse cuenta. La escena concluye centrándose en su rostro mientras sus ojos se tornan completamente azules.</p> <p>El segundo agente cuyo miedo se revela es Cypher, se encuentra atado a una silla y bajo la vigilancia de varias cámaras. En un</p>
--	---	---	--	---

		<p>de color negro, varios aretes, delineado negro y las uñas pintadas de negro y azul; además de tener heterocromía, contando con un ojo café y otro azul, lo que hace referencia al gato angora turco.</p> <p>Fade se caracteriza por una actitud reservada y dura, a pesar de tener una apariencia intimidante, muestra una compasión interna hacia sí misma, atribuida a las experiencias difíciles que ha atravesado</p> <p style="text-align: center;"><b>Chamber:</b></p> <p>Vincent Fabron, oriundo de Francia, es el verdadero nombre detrás del agente conocido como Chamber, un hombre de piel clara con nanotatuajes de oro en los brazos y al lado izquierdo de su rostro.</p> <p>Chamber es un humano, experto en la creación de armas personalizadas con nanotecnología y artefactos de teletransportación y fue el agente número dieciocho en</p>	<p>momento, se escucha la palabra "Gözcü" (Vigilante) de fondo. La pesadilla de Cypher concluye cuando las manos de Fade emergen, intentando quitarle la máscara.</p> <p>La tercera pesadilla revela a Chamber haciendo un pacto con Chamber Omega, mientras se escucha a Fade susurrar "Yalanci" (Mentiroso).</p> <p>La pesadilla de Breach se representa con él encarcelado, intentando liberarse a través de golpes sin éxito. En medio de esto, se escucha la voz de Fade diciendo "Kaçak" (Fugitivo).</p> <p>En la pesadilla de Kay/o, lo vemos cargando a un Brimstone asesinado en medio de un paisaje desértico y devastado. Acompañando la escena, se escucha la frase "Yüz</p>
--	--	--	--

		<p>unirse al Protocolo Valorant. Tiene como vestimenta pantalones marrones y zapatos blancos de vestir, una camisa blanca, un chaleco de vestir azul, un par de guantes cafés y unos lentes rectangulares gruesos. Chamber destaca por su enfoque profesional, estableciendo estándares elevados tanto para él como para su equipo, sin embargo, es alguien que guarda muchos secretos; por ello muchas veces es difícil confiar en él.</p> <p><b>Breach:</b></p> <p>Erik Torsten, proveniente de Suecia, es el verdadero nombre detrás del agente conocido como Breach, un hombre robusto de piel clara con una larga cabellera y barba pelirroja y dos grandes brazos biónicos. Breach es un humano, el cual tiene como arma principal sus propios brazos mecánicos, los cuales poseen capacidades explosivas y sísmicas, fue el agente número trece en unirse al</p>	<p>Karasi" (Desgracia).</p> <p>La pesadilla de Sova se desarrolla cuando intenta defenderse con su arco, pero repentinamente pierde su visión. El susurro de Fade es, "Kör" (Ciego). A pesar de la pérdida de su visión, lanza su flecha, revelando la silueta de Fade y liberando a los agentes.</p> <p>Finalmente, se revela la apariencia de Fade, la cual, ataca con unos de sus merodeadores a los agentes en la oscuridad y se desata un tiroteo.</p> <p>Finalmente, la apariencia de Fade queda al descubierto y ataca con uno de sus merodeadores a los agentes en la oscuridad, desencadenando un tiroteo.</p>
--	--	---	---

		<p>Protocolo Valorant. Su vestimenta se conforma por unos pantalones y chaleco de color verde, además lleva unas botas tácticas. Breach se caracteriza por siempre querer estar en el campo de batalla, hasta el punto de parecerle divertido estar en algún tiroteo.</p> <p><b>Neon</b> <b>Cypher</b> <b>Kay/o</b> <b>Sova</b></p>		
--	--	---	--	--

Guía de observación N° 1			
<b>Videojuego</b>	<b>Capítulos / Temporadas</b>	<b>Año</b>	<b>Desarrolladora / Creadora</b>
Valorant	7 capítulos	2020 - Actualidad	Riot Games
<b>Categoría</b>	<b>Narrativa Transmedia</b>		
<b>Subcategorías</b>			

Capítulo	Configuración (contexto) <b>Lugar - Tiempo - Escenario</b>	Personajes <b>Figuras ficticias en la historia</b>	Tema <b>Conceptos recurrentes que desarrollan la historia</b>	Trama <b>Conjunto de eventos y acciones que conforman la narrativa</b>
FRAGMENTA DOS // Cinématica del Episodio 5: DIMENSIÓN	<p><b>Tierra Omega</b> La Tierra Espejo permanece envuelta en el misterio, con escasa informaci3n disponible. Usualmente, solo los miembros del Protocolo VALORANT han tenido acceso a conocimientos sobre su existencia. Los habitantes de la Tierra Omega han logrado infiltrarse en la Tierra Alpha, a menudo actuando como agentes de su propio Protocolo Valorant, con la intenci3n de robar Radianita para sus propios fines.</p>	<p><b>Reyna:</b> Zyanya Mondrag3n, originaria de M3xico, es el nombre real detr3s de la agente conocida como Reyna, una mujer de piel trigueña con una larga cabellera de tonos morados, posee tatuajes en su brazo izquierdo que brillan al usar sus poderes. Reyna es una radiante, con poderes basados en absorber las almas de las personas que asesina y fue la onceava recluta en el Protocolo Valorant. Tiene como vestimenta un traje de color morado que exponen unos de sus brazos y piernas, acompaados de unas botas del mismo color. Reyna se caracteriza por su salvajismo, c3nismo y firmeza al momento de tener que enfrentarse a sus enemigos, la cual no dudar3 en mancharse las manos de sangre con tal de conseguir su prop3sito.</p>	Un reducido grupo de agentes de la Tierra Alpha se infiltra en la Tierra Omega con el prop3sito de recopilar informaci3n sobre sus planes relacionados con la Radianita.	Killjoy, Reyna y Ne3n, se infiltran en la Tierra Omega para obtener m3s informaci3n sobre sus planes con la Radianita. Sin embargo, son descubiertos por soldados del mundo Omega, liderados por Viper. Killjoy asume la tarea de hackear los sistemas para recopilar informaci3n, revelando que en lugar de fabricar armas, est3n desarrollando alg3n sistema de soporte vital. Despu3s de obtener la informaci3n necesaria, escapan, solo para descubrir que en este mundo los agentes son considerados h3roes, mientras que aquellos del mundo Alpha son

		<p>Además, le gusta ser competitiva con sus compañeros sobre quien lleva más asesinatos.</p> <p><b>Force Atlas Omega:</b> Es una organización que presta servicios de seguridad a Legión Valorant, siendo partícipes en la intrusión de Alpha a Kingdom Industries. A pesar de las múltiples bajas sufridas por Atlas durante este incidente, lograron contener a los agentes del Protocolo VALORANT.</p> <p><b>Killjoy</b> <b>Neon</b> <b>Viper Omega</b></p>		vistos como enemigos.
--	--	--	--	-----------------------

Guía de observación N° 1			
Videojuego	Capítulos / Temporadas	Año	Desarrolladora / Creadora
Valorant	7 capítulos	2020 - Actualidad	Riot Games
Categoría	<b>Narrativa Transmedia</b>		

<b>Subcategorías</b>				
Capítulo	Configuración (contexto) <b>Lugar - Tiempo - Escenario</b>	Personajes <b>Figuras ficticias en la historia</b>	Tema <b>Conceptos recurrentes que desarrollan la historia</b>	Trama <b>Conjunto de eventos y acciones que conforman la narrativa</b>
¡AGUA VA! - Tráiler de agente: Harbor	<p style="text-align: center;"><b>Delhi:</b></p> <p>La capital de la India, la cual cuenta con una vasta área metropolitana en el norte del país, alberga la impresionante Antigua Delhi. En esta área se eleva el imponente Fuerte Rojo de la era mogola, un emblemático símbolo de la India, junto con la extensa mezquita Jama Masjid. La ubicación de esta cinemática se lleva a cabo en las coordenadas 20 7° N 78 9629°</p>	<p style="text-align: center;"><b>Harbor:</b></p> <p>Varun Batra, oriundo de la India, es el verdadero nombre detrás del agente conocido como Harbor, un hombre tonificado de tez morena con cabello largo y barba castañas y tatuajes en los brazos. Harbor es un humano, el cual tiene como herramienta principal un brazalete que le permite controlar el agua y fue el agente número veintiuno en unirse al Protocolo Valorant. Tiene como vestimenta verde azulada conformada por un chaleco, pantalones y zapatillas.</p>	<p>Se introduce al nuevo agente Harbor, quien está siendo perseguido por miembros de una organización a la que solía pertenecer. Sin embargo, es salvado por Brimstone.</p>	<p>La trama nos lleva a Delhi, donde Harbor se encuentra escapando de unos mercenarios que pertenecen a la organización a la que solía ser parte. Estos buscan recuperar el brazalete que le permite controlar el agua, el cual obtuvo durante una misión junto a otro miembro de la organización. Sin embargo, este último mintió, acusando a Harbor de traición y robo de la pieza. Cuando Harbor está acorralado, es salvado por Brimstone, quien le da la bienvenida al Protocolo Valorant.</p>

		<p>Harbor se caracteriza por naturaleza aventurera, denotando alegría, amabilidad y confianza, a pesar de tener estas características cuando se trata de estar en el campo de batalla, se toma las cosas con más seriedad siendo un combatiente ejemplar.</p> <p><b>Brimstone</b></p>		
--	--	---	--	--

Guía de observación N° 1				
Videojuego		Capítulos / Temporadas	Año	Desarrolladora / Creadora
Valorant		7 capítulos	2020 - Actualidad	Riot Games
<b>Categoría</b>		<b>Narrativa Transmedia</b>		
<b>Subcategorías</b>				
Capítulo	Configuración (contexto) <b>Lugar - Tiempo -</b>	Personajes <b>Figuras ficticias en la</b>	Tema <b>Conceptos</b>	Trama <b>Conjunto de eventos y</b>

	<b>Escenario</b>	<b>historia</b>	<b>recurrentes que desarrollan la historia</b>	<b>acciones que conforman la narrativa</b>
REVELACIÓN // Cinemática del Episodio 6	<p><b>Hampi - India:</b> Hampi, situada en el norte de Karnataka, India, es una ciudad fascinante que alberga una rica historia y un patrimonio arquitectónico único. A diferencia de otras ciudades, Hampi destaca por sus numerosos templos hermosos, ruinas majestuosas y estructuras acuáticas que revelan su pasado glorioso en relativo buen estado de conservación. La locación inicial donde se encuentran Astra y Harbor antes de encontrar Lotus, está ubicada en las coordenadas 10°09'60"N 77°03'40"E.</p> <p><b>Turquía - Estambul:</b> Una ciudad de gran relevancia en Turquía, se extiende tanto en Europa como en Asia, a lo largo</p>	<p><b>Astra:</b> Efia Danso, oriunda de la ciudad de Accra, Ghana, es el nombre real detrás de la agente conocida como Astra, una mujer de tez morena, con peinado mohawk, con detalles de joyas de oro en el cabello, nariz, orejas y rostro. Astra es una radiante, con poderes cósmicos contenidos en su guantelete que le cubre todo el brazo, fue la agente número dieciséis en unirse al Protocolo Valorant. Tiene como vestimenta un traje de colores morado, celeste y dorado, de tonalidad brillante. Además porta una capucha que la utiliza al entrar en su forma astral. Astra denota una</p>	<p>Al inicio de la cinemática se nos revela una ubicación 10°09'60"N 77°03'40"E. La cinemática nos sumerge en cuatro lugares distintos: India, Turquía, Corea, VLHQ en el mundo Omega. En cada uno de estos escenarios, los agentes se involucran en diversas situaciones, ya sea buscando información, practicando, relajándose o ideando estrategias para ingresar a la nueva isla.</p>	<p>La narrativa nos lleva a cuatro actos distintos. En el primer entorno, situado en India, presenciamos a Astra y Harbor de la Tierra Alpha descubriendo la Isla de las Flores.</p> <p>En la segunda locación, que tiene lugar en Turquía, se presenta a Fade Omega en una fiesta utilizando sus habilidades para obtener información sobre la Isla de las Flores. Durante esta escena, se visualiza un holograma que revela las dimensiones del mapa</p> <p>En la tercera locación, el campo de tiro en la base de la Legión Valorant, observamos a Sage preparándose para ingresar a la sala de práctica. Mientras tanto, Omen está sentado, ocupado cortando</p>

	<p>del estrecho de Bósforo. El club nocturno donde se encuentra Fade se encuentra en las coordenadas 41°0'30"N 28°58'42"E.</p> <p><b>Cuartel Valorant Legión VLHQ</b></p> <p>La ubicación del cuartel general del mundo Omega, sigue siendo incierta, sin embargo, parece tener cierta similitud con la sede del Protocolo Valorant.</p> <p><b>Corea:</b> Es un estado soberano en Asia Oriental, situado en la parte sur de la península de Corea. Su frontera norte limita con Corea del Norte. El restaurante donde se observa a las agentes se ubica en las coordenadas 37°31'57.0"N 127°01'29.0"E</p>	<p>personalidad alegre, sencilla con mucha energía..</p> <p><b>Harbor</b> <b>Omen Omega</b> <b>Sage Omega</b> <b>Killjoy Omega</b> <b>Raze Omega</b> <b>Jett Omega</b> <b>Fade Omega</b></p>		<p>un bonsai. Durante el entrenamiento, Sage resulta herida por los robots, pero Omen interviene para salvarla, destacando el vínculo afectuoso entre estos dos agentes.</p> <p>En la siguiente escena, Raze, Killjoy y Jett se encuentran en un restaurante disfrutando de un momento relajado entre amigas. Estas escenas nos ofrecen un vistazo a la relación entre Killjoy y Raze.</p> <p>Finalmente, cuando Astra y Harbor abren la entrada a la Isla de las Flores, simultáneamente, los demás agentes de Omega reciben notificaciones sobre la apertura de la puerta. Al entrar, los agentes del mundo Alpha se encuentran con sus contrapartes del mundo</p>
--	--	--	--	--

	<p style="text-align: center;"><b>Lotus:</b></p> <p>En los bosques occidentales de la India de la tierra Omega, se descubrió una ciudad perdida conocida como "Ciudad de las Flores". Esta ciudad, construida por los Guardianes hace varios siglos, se revela como un nexo entre los mundos Alpha y Omega que ha sido recientemente potenciado por agentes de la Legión Valorant.</p>			<p>Omega, los cuales están preparados para iniciar un tiroteo.</p>
--	--	--	--	--

Guía de observación N° 1			
<b>Videojuego</b>	<b>Capítulos / Temporadas</b>	<b>Año</b>	<b>Desarrolladora / Creadora</b>
Valorant	7 capítulos	2020 - Actualidad	Riot Games
<b>Categoría</b>	<b>Narrativa Transmedia</b>		

<b>Subcategorías</b>				
Capítulo	Configuración (contexto) <b>Lugar - Tiempo - Escenario</b>	Personajes <b>Figuras ficticias en la historia</b>	Tema <b>Conceptos recurrentes que desarrollan la historia</b>	Trama <b>Conjunto de eventos y acciones que conforman la narrativa</b>
<p>Ciudad de las Flores // Tráiler oficial del mapa Lotus</p> <p>El loto florece // Tráiler de historia de Lotus: VALORANT</p>	<p><b>Lotus:</b> En los bosques occidentales de la India de la tierra Omega, se descubrió una ciudad perdida conocida como "Ciudad de las Flores". Esta ciudad, construida por los Guardianes hace varios siglos, se revela como un nexo entre los mundos Alpha y Omega que ha sido recientemente potenciado por agentes de la Legión Valorant.</p>	<p><b>Astra</b> <b>Harbor</b> <b>Brimstone</b> <b>Skye</b> <b>Astra Omega</b> <b>Fade Omega</b> <b>Viper Omega</b> <b>Jett Omega</b> <b>Raze Omega</b></p>	<p>Tras mantener contacto con los agentes de Omega, Harbor y Astra logran huir, sin embargo, un suceso llamaría su atención.</p>	<p>Tras huir del enfrentamiento, Harbor solicita a Astra que analice la isla mientras él la protege de los enemigos. Astra comienza a utilizar sus habilidades para llevar a cabo un reconocimiento del terreno de la isla. Durante su exploración, señala que la isla está llena de vida, mencionando la existencia de guardianes que colaboraban con las personas, y destaca la presencia de una gran cantidad de radianita. Simultáneamente, en otra parte del mapa, la contraparte de Astra de Tierra Omega, junto a Fade Omega, activa un portal que pierde toda su potencia debido al poder de una Spike que explotó al mismo tiempo que el portal.</p>

--	--	--	--	--

Guía de observación N° 1				
Videojuego	Capítulos / Temporadas	Año	Desarrolladora / Creadora	
Valorant	7 capítulos	2020 - Actualidad	Riot Games	
Categoría	Narrativa Transmedia			
Subcategorías				
Capítulo	Configuración (contexto) <b>Lugar - Tiempo - Escenario</b>	Personajes <b>Figuras ficticias en la historia</b>	Tema <b>Conceptos recurrentes que desarrollan la historia</b>	Trama <b>Conjunto de eventos y acciones que conforman la narrativa</b>
MÁS QUE UNO // Tráiler de agente: Gekko	<b>Los Ángeles - EE.UU.</b> La historia tiene lugar en la ciudad de Los Ángeles, donde se destacan las tiendas locales y los lugares emblemáticos con el	<b>Gekko:</b> Mateo Armendáriz De la Fuente, desde Los Ángeles, Estados Unidos, es el verdadero nombre detrás del agente conocido como Gekko, un	Se nos presenta al nuevo agente Gekko, pactando una reunión con Reyna, durante el trayecto al punto de encuentro se va mostrando a las criaturas rádioras que	La historia nos traslada a Los Ángeles, a la casa de Gekko, el nuevo recluta. Mientras se dirige a encontrarse con Reyna, se presenta a las criaturas que tiene como aliados, y observamos carteles de la corporación Kingdom que están

	<p>estilo urbano característico de la ciudad, como el Viaducto de la Calle Sexta. Además, se muestran vistazos de las Instalaciones de Kingdom Corporation en Los Ángeles.</p>	<p>joven hispanoamericano de piel trigueña con un corte de cabello corto teñido de color verde. Gekko es un humano, dueño de cuatro criaturas conocidas como Radívoros, fue el recluta número veintidós en unirse al Protocolo Valorant. Tiene como vestimenta un chaleco verde con detalles morados y naranjas, pantalones marrones y zapatos blancos. Gekko se caracteriza por su actitud solidaria y amable, mostrándose como una persona tranquila pero llena de energía y carisma, debido a su edad.</p> <p><b>Reyna</b></p>	<p>lo acompañan y como es su relación con estas en su día a día.</p>	<p>rayados por las criaturas, indicando una clara oposición hacia esta corporación. Al llegar al punto de encuentro, Gekko se asusta al no reconocer a Reyna, que estaba en la oscuridad. En respuesta, despliega todas sus criaturas para atacar, pero se da cuenta de que Reyna se lleva bien con ellas. Finalmente, ambos se dirigen al cuartel del Protocolo Valorant para que Gekko se una como nuevo aliado.</p>
--	--	---	--	--

Videojuego		Capítulos / Temporadas	Año	Desarrolladora / Creadora
Valorant		7 capítulos	2020 - Actualidad	Riot Games
<b>Categoría</b>		<b>Narrativa Transmedia</b>		
<b>Subcategorías</b>				
Capítulo	Configuración (contexto) <i>Lugar - Tiempo - Escenario</i>	Personajes <i>Figuras ficticias en la historia</i>	Tema <i>Conceptos recurrentes que desarrollan la historia</i>	Trama <i>Conjunto de eventos y acciones que conforman la narrativa</i>
NO VOLVERÁS A VER LA LUZ // Cinemática del Episodio 7 - VALORANT	<b>Noruega, Svalbard:</b> Es un archipiélago situado en el Glaciar Ártico, formando parte del Reino de Noruega, sus coordenadas mostradas en la cinemática son 78° 3°N.	<b>Deadlock:</b> Iselin, originaria de Noruega, es el verdadero nombre detrás de la agente conocida como Deadlock, una mujer escandinava de piel clara con el cabello rubio corto. Deadlock es una humana, la cual tiene como herramienta principal su brazo biónico, además de estar equipada con diversos	A las afueras de una base de la corporación Kingdom, un grupo de cazadores asumen la responsabilidad de proteger a un científico mientras se lleva a cabo una misión de teletransportar a los Estados Unidos un misterioso paquete.	La cinemática se lleva a cabo en Noruega, donde existe una instalación de la corporación Kingdom, la cual contiene una bestia feroz, que debe ser trasladada, sin embargo, este lugar no cuenta con energía, entonces restablecer las conexiones eléctricas es una prioridad. En el lugar se muestra a Deadlock junto a su equipo y al científico Anton Dorsey, que deben custodiar, al momento de llegar a la consola principal para

		<p>dispositivos, fue la agente número veintitrés en unirse al Protocolo Valorant.</p> <p>Tiene como vestimenta una chaqueta blanca, un suéter verde, pantalones oscuros y botas blancas.</p> <p>Deadlock se caracteriza por tener una postura firme y decidida, teniendo una gran afinidad en el combate, cuando se trata de realizar misiones, sin embargo, a los acontecimientos por los que ha pasado siente cierto resentimiento y desconfianza a las criaturas denominadas como Radívoros.</p> <p><b>Killjoy</b></p>	<p>restablecer la energía, son atacados por esta criatura con la cual realizaban experimentos con Radianita, la criatura logra acabar con las dos aliadas que iban con Deadlock y deja al borde de la muerte al científico. La agente logra escapar y encerrar a la criatura en una compuerta para asesinarla pero es atrapada lo cual hace que pierda su brazo izquierdo, antes de caer al suelo, logró pedir ayuda..</p> <p>Finalmente, observamos a Deadlock probando su nuevo brazo mecánico, fabricado por Killjoy, mientras nos muestra las nuevas habilidades que ha adquirido con este innovador miembro prostético.</p>
--	--	---	--

Con respecto a la guía se recolectó que Valorant presenta una intrigante narrativa que se desenvuelve en un futuro distante tras el evento conocido como La Primera Luz. Este fenómeno ha dado origen a dos realidades, Tierra Alpha y Tierra Omega, donde los agentes de ambas dimensiones se enfrentan en una lucha constante. Además, se destaca por su diversidad de ubicaciones alrededor del mundo que enriquecen la trama. El juego posee un total de veintitrés personajes provenientes de diversos países

los cuales poseen habilidades únicas. Finalmente, la trama se centra en la misión de los agentes de Tierra Alpha para evitar que Tierra Omega se apodere de la Radianita, con siete capítulos y diecinueve actos, Valorant presenta una historia compleja y cautivadora que involucra una constante lucha entre dimensiones.

Guía de observación N° 2			
Videojuego	Capítulos / Temporadas	Año	Desarrolladora
Valorant	7 capítulos	2020 - Actualidad	Riot Games
Categoría	<b>Expresiones Transmediáticas generadas por el creador del producto</b>		
Subcategorías			
	Significado	Aporte a la narrativa	
<b>Cinemáticas</b>	<p><b>Jett - Can't Slow Me Down:</b></p> <p>Se presentó al personaje de Jett dentro del distrito de Gangnam en Seúl, destacando la singularidad de la ciudad a través de carteles llamativos, imponentes edificios y callejones pintorescos, algo distintivo de esta ciudad. Además,</p>	<p><b>Jett - Can't Slow Me Down:</b></p> <p>La narrativa detrás de este video musical, presenta a Jett recorriendo por las calles de la ciudad de Seúl, en un instante, el agente se encuentra con su propio reflejo, vestido con su indumentaria de combate. Después de un intercambio de miradas significativas, Jett irradia una sonrisa orgullosa, en marcado contraste con</p>	

Guía de observación N° 2

proporciona una visión detallada de la habitación de Jett, llena de simbolismos que reflejan la cultura coreana, la cual es originaria la agente.

**Raze - ¡Solo cosas buenas!:**

El video destaca aspectos de la cultura del noroeste de Brasil mediante la música, locaciones y la gente, mostrándolo mediante el personaje de Raze, la cual es procedente de este país.

la expresión derrotada de su reflejo, donde Jett logra superar en velocidad a este.

Se pudo desglosar dos significados, en primer lugar, sirve como una representación de su yo pasado, que ocasionó un accidente en un restaurante de comida, un suceso que se sugiere sutilmente en la tarjeta de jugador de contacto de nivel 9 llamada "Mirrored Edge". En segundo lugar, la interpretación del reflejo representa a Omega Jett, el agente de la otra dimensión espejo que se originó tras los acontecimientos de la Primera Luz.

**RAZE- ¡Solo cosas buenas!:**

En las escenas iniciales, se exhiben platos y bebidas típicas de la región de Bahía. Además, se muestra un periódico salpicado con spray, con un titular que menciona "Kingdom", sugiriendo que nos encontramos en el mundo principal o Alpha.

El video musical nos sumerge de manera envolvente en la vida vibrante de la región, capturando la esencia de su gente y sus lugares

Guía de observación N° 2

	<p><b>YORU - MY TYPICAL DAY:</b></p> <p>En el video que forma parte del Episodio N° 4, titulado "Adquisición de agentes del Acto 1", se nos muestra un día típico en la vida del agente japonés Yoru, desde arreglarse hasta dar un paseo en su motocicleta personalizada,</p>	<p>icónicos. La respuesta positiva de la comunidad de jugadores brasileños resalta su conexión profunda con el personaje, ya que este representa su lugar de origen dentro del juego. La experiencia se eleva a otro nivel al integrar música auténtica y arraigada en la rica cultura local, fortaleciendo el lazo emocional y la identificación de los jugadores con la narrativa visual.</p> <p><b>YORU - MY TYPICAL DAY:</b></p> <p>Después de salir con su moto, Yoru se dirige hacia un edificio denominado "1009 SHIBUYA", claramente inspirado en el conocido "109 SHIBUYA" de la vida real, un edificio ubicado frente a la estación Shibuya. En una de las escenas, se puede observar la presencia de un Torii que son entradas que se utilizan para demarcar el límite entre una zona sagrada y otra cotidiana.</p> <p>Tras estas secuencias, presenciamos a Yoru enfrentándose a unos matones, donde utiliza su máscara para realizar un reconocimiento del</p>
--	--	---

Guía de observación N° 2

enfrentarse a matones y finalmente disfrutar de una sopa.

**Die For You - VALORANT Champions 2021:**

En el videoclip, observamos a Phoenix, Brimstone y Sage

entorno. En la escena, se destaca el mensaje traducido que dice "Máscara, Necesidad", lo que sugiere que Yoru no puede desplazarse entre dimensiones sin su máscara.

En la última escena, justo cuando Yoru está a punto de disfrutar su plato de Zaru Soba, recibe una llamada de Phoenix que él rechaza, revelándose un mensaje traducido que dice "Lobo solitario hasta los huesos". Esta elección de Yoru nos sugiere que es alguien que prefiere realizar las cosas de manera individual y seguir un camino solitario.

**Die For You - VALORANT Champions 2021:**

Durante el enfrentamiento, los tres agentes experimentan flashbacks que los sumergen en su subconsciente, donde confrontan sus más profundos temores. En el caso de Brimstone, se muestra en un entorno desolado donde aparece una joven extendiendo la mano. A continuación, una enorme esfera amenaza con caer sobre él, pero el agente la sostiene, adoptando una

Guía de observación N° 2

adentrándose en el sitio B en Split con el objetivo de desactivar el Spike colocado por Omega Chamber. En medio del enfrentamiento, los tres personajes experimentan flashbacks que los transportan a su subconsciente, donde se ven obligados a confrontar sus mayores temores.

postura similar a la del Dios griego Atlas, condenado a cargar el mundo eternamente. Esta representación ilustra cómo el personaje se percibe a sí mismo como el único responsable de asumir la carga de salvar a su mundo.

En el subconsciente de Phoenix, presenciamos cómo un joven le da una esfera que desencadena la multiplicación de sus habilidades, generando hasta seis clones que luego forman uno enormemente poderoso. Este episodio destaca la naturaleza incontrolable de los poderes de Phoenix y cómo estos pueden manifestarse de manera sorprendente y potente

Finalmente, Sage nos lleva a un entorno con abundante vegetación, sostenido por un niño. En un intento por revivir una flor utilizando sus poderes, la agente se enfrenta a la frustración al no lograrlo, resultando en su encapsulamiento por los cristales. Una vez liberada, observamos cómo intercambia lugares con el niño, ahora sosteniendo la vegetación. Esto resalta la creencia de Sage que es su responsabilidad corregirlo todo, incapaz de aceptar que no todo está bajo su control. Además, al examinar de

Guía de observación N° 2

	<p><b>RAZE - Color of the Town:</b></p> <p>En el videoclip, se destaca la agilidad y habilidad de Raze en el campo de batalla, brindando además un vistazo a un fragmento de la vida de este personaje.</p>	<p>cerca la flor que intenta salvar, notamos que comparte el color de la capa de Omen, indicando su intento de rescatarlo.</p> <p><b>RAZE - Color of the Town:</b></p> <p>El video muestra a Raze dirigiéndose a su taller, donde su nombre está artísticamente pintado con aerosol en la entrada. Además, se nota la presencia de una "Namoradeira" de Killjoy. Estas esculturas son populares en Brasil, su nombre se traduce al portugués como "cariño", proporcionando indicios sobre la relación entre Raze y Killjoy, la cual fue confirmada un año después.</p> <p>En la siguiente escena, vemos a Raze ocupada reparando a su robot Boombot cuando recibe una llamada de Breach solicitando su ayuda en el sitio B en Split. Raze rápidamente prepara todas sus armas y se coloca sus icónicos auriculares, los cuales reproducen música representativa de la cultura brasileña. En su trayecto, atraviesa con una representación del Plano Inclinado</p>
--	---	---

Guía de observación N° 2

		<p>Gonçalves, un tipo de funicular ubicado en el Centro Histórico de Salvador, estado de Bahía en Brasil, utilizado mayormente para ascender grandes pendientes.</p> <p>En la escena final, observamos la apertura de un portal del cual emerge un Boombot completamente intacto, colocándose al lado del que Raze estaba reparando. Este robot pertenece al Raze de la tierra Omega, se distingue por un contorno brillante y presenta un tipo de glitch.</p>
<p><b>Música</b></p>	<p><b>Jett - Can't Slow Me Down:</b></p> <p>El protagonista habla de cómo nadie puede detener su éxito y velocidad. Tienen dinero, poder y bailan sobre sus enemigos. No tienen tiempo para las personas que dudan de ellos o intentan derribarlos. El protagonista es confiado e imparabile, como un jefe o un héroe, y seguirá adelante sin dudar.</p>	<p><b>Jett - Can't Slow Me Down:</b></p> <p>La letra de la canción muestra la actitud audaz y segura de sí misma, expresa su confianza y determinación. Las referencias a la velocidad, el dinero y la superioridad sugieren la mentalidad competitiva de Jett en el juego, donde busca ser la mejor y no se preocupa por aquellos que no pueden seguir su ritmo. La letra también alude a la idea de superación de obstáculos y desafíos, reforzando la imagen de Jett como una figura dominante y autosuficiente. La canción aporta un matiz de personalidad y actitud a la</p>

Guía de observación N° 2

	<p><b>Raze - ¡Solo cosas buenas!:</b></p> <p>La letra de la canción relata la vivencia de alguien que busca a otra persona en una ciudad grande y concurrida, sin éxito. La alusión a Oxalá y a elementos sagrados insinúa una dimensión espiritual en esta búsqueda, donde se busca orientación y resguardo. La repetición del término "sin respuestas" y la manifestación de frustración reflejan la complicación y desconcierto asociados con la búsqueda. La última parte de la canción menciona elementos protectores y positivos, expresando el deseo de alejar la negatividad y atraer cosas benéficas.</p> <p><b>YORU - MY TYPICAL DAY:</b></p>	<p>representación de Jett en la narrativa del juego, reforzando su imagen como una figura audaz y decidida.</p> <p><b>RAZE- ¡Solo cosas buenas!:</b></p> <p>La canción podría contribuir a la narrativa de Raze al capturar la esencia de su personalidad vibrante y enérgica, así como su búsqueda constante de emociones fuertes y experiencias positivas. La repetición de <b>Solo cosas buenas</b> podría representar la esperanza de Raze de encontrar satisfacción y emoción positiva en medio del caos.</p> <p><b>YORU - MY TYPICAL DAY:</b></p>
--	---	---

Guía de observación N° 2

	<p>La canción transmite la determinación y desafío de alguien inmerso en la vida urbana, donde se destaca la competencia, la perseverancia y la búsqueda constante de metas en medio de la intensidad de la ciudad.</p>	<p>La letra transmite la energía y la actitud decidida de Yoru, inmerso en la vida urbana de Tokio. Se destacan elementos de competencia, determinación y resistencia, representados a través de referencias a la precisión, la idea de superar obstáculos en la ciudad y la constante búsqueda de alcanzar metas. Además, se mencionan aspectos nocturnos y la insistencia en no detenerse, lo cual refleja la naturaleza sigilosa y estratégica de Yoru.</p>
<p><b>Eventos</b></p>	<p><b>Sunset y Champions 2023:</b></p> <p>Se llevó a cabo un evento en Los Ángeles, EE. UU., dedicado a los fanáticos de Valorant. Durante este evento, se ofreció venta de ropa relacionada al videojuego, se organizaron concursos de cosplay y se realizaron sorteos para todos los asistentes.</p>	<p>Aunque los eventos organizados por la distribuidora Riot Games no contribuyen directamente a la narrativa transmedia del videojuego, su creación tiene como objetivo proporcionar a los jugadores una experiencia inmersiva con el juego a través de la venta de productos, la participación en concursos o dinámicas y obsequiar merchandising de bajo costo.</p>

Guía de observación N° 2

**Deathmatch Definitivo de VALORANT:**

Se celebró un evento en Lima, Perú, para conmemorar el lanzamiento del nuevo modo Deathmatch Definitivo en Valorant, que se implementó a nivel mundial a finales de junio. Se vió la asistencia de jugadores en cosplay, merchandising de bolsas y polos con estampado de VALORANT, además, la dinámica de un mural el cual, se pudo pintar con grafitis y finalmente un concurso de manualidades con temática del videojuego con objetos reciclables.

**ROW DTLA - 2023**

Se llevó a cabo un evento en el centro de Los Ángeles donde se ofreció comida, se realizaron concursos y se pusieron a la venta productos oficiales del videojuego.

Guía de observación N° 2

**Merchandising oficial**

**Estatuas de Agentes:**

Entre las figuras disponibles, destacan agentes como Killjoy, Jett, Phoenix y Reyna. Se les representa utilizando algunas de sus habilidades o portando armas características del juego.

**Prendas de vestir:**

En la página oficial de la distribuidora Riot Games, se ofrecen una variedad de prendas relacionadas con el videojuego Valorant, que van desde polos, gorras y chompas.

**Ilustraciones Poster:**

**Estatuas de Agentes:**

Las estatuas o figuras disponibles en la página oficial de Riot Games no tienen un aporte directo en la narrativa transmedia del juego. Su propósito principal es establecer una conexión con el usuario al proporcionar representaciones físicas de algunas características distintivas de los personajes.

**Prendas de Vestir:**

Aunque las prendas en sí no contribuyen a la narrativa del juego, tienen como objetivo establecer una conexión con los usuarios a través de diseños exclusivos que están relacionados con el videojuego, además de utilizar a jugadores profesionales reconocidos por la comunidad para mostrar nuevas colecciones que van saliendo con el pasar del tiempo.

**Ilustraciones Poster:**

Guía de observación N° 2

En las ilustraciones disponibles en la página oficial, se presentan seis pósters, destacando personajes como Killjoy, Raze, Breach, Yoru, Sage, Omen, entre otros. Estos pósters ofrecen información relevante sobre algunos de los personajes del juego.

**Mobiliario Gaming:**

Dentro de las ilustraciones, una que resalta es la de Breach y Brimstone con el título "War Dawgs" (Amigos de Guerra en español), sugiriendo que estos agentes han luchado juntos en el pasado.

Otra ilustración notable es la de Killjoy y Raze, en la cual se les representa luchando contra tentáculos en la portada. Esta imagen sugiere que este dúo ya ha colaborado en el pasado, uniendo fuerzas para defender el planeta

Finalmente, resalta el póster de Yoru, Phoenix y Skye, titulado "Alpha Threat" (Amenaza Alpha en español), mostrándolos utilizando algunas de sus habilidades y sugiriendo que algunos agentes son percibidos por la ciudad como una amenaza.

**Mobiliario Gaming:**

No tiene un impacto directo en la narrativa del videojuego, su principal objetivo es establecer una conexión con el usuario aprovechando su fascinación por el juego.

Guía de observación N° 2

<p><b>Tarjeta de agentes</b></p>	<p>Tras el anuncio de un nuevo acto o capítulo en el videojuego, se habilitan los pase de batalla o contratos de agentes se revelan estos elementos conocidos como “tarjetas de jugador”.</p>	<p>Mediante estos cosméticos se revela información sobre eventos pasados, presentes y futuros de la narrativa del juego.</p> <p>De igual manera, se muestra información adicional del trasfondo de los agentes, revelando pistas a través de estas imágenes.</p>
<p><b>Oficina de Brimstone</b></p>	<p>Es un área ubicada en la modalidad del campo de tiro, consiste en una habitación, donde se puede encontrar objetos personales del agente, pero lo más importante, son los diversos elementos interactivos, que van desde audios y correos electrónicos, que se van actualizando periódicamente.</p>	<p>Este cuarto es accesible para todos los jugadores, permitiendo escuchar grabaciones de voz a través de un intercomunicador y leer correos mediante la computadora principal.</p> <p>Mediante estos elementos se revelan datos importantes para la narrativa al mostrar las interacciones entre los agentes y su situación actual.</p> <p>Además, cubren ciertos vacíos argumentales pasados o sirven como introducción a las cinemáticas del juego.</p>
<p><b>Diálogos entre agentes</b></p>	<p>Son breves expresiones o intercambios verbales que los</p>	<p>Los diálogos entre los agentes ofrecen información adicional acerca de ellos, revelando</p>

Guía de observación N° 2

	personajes suelen pronunciar de forma espontánea, especialmente cuando se encuentran con otros agentes durante el juego.	detalles sobre sus personalidades y sus relaciones con otros agentes.
<b>Graffitis</b>	Los graffitis son representaciones visuales que los usuarios pueden colocar en diversos puntos de los mapas.	<p>A pesar de que los graffitis no aportan de manera directa a la narrativa del videojuego, aprovechan la intertextualidad a través de estas imágenes, que actúan como una herramienta para enriquecer la experiencia del juego.</p> <p>Estos graffitis incorporan elementos como memes internos del propio videojuego o referencias a la cultura popular, generando momentos humorísticos que no solo provocan risas, sino que también evidencian que el videojuego está a la par con las tendencias actuales. Esta estrategia no solo añade un toque de entretenimiento, sino que también refuerza la conexión del juego con la comunidad.</p>
<b>Teasers</b>	Son clips que suelen revelarse cuando se anuncia un nuevo acto o episodio en Valorant, estos videos	Estos teasers sirven como una herramienta estratégica en la narrativa transmedia de Valorant, debido a que generan expectativa, especulación y

Guía de observación N° 2		
	suelen publicarse en la diferentes plataformas de la desarrolladora	emoción hacia la comunidad, fomentando a la inmersión en la narrativa.

Con respecto a la segunda guía, se demuestra una estrategia transmediática sólida y diversa, superando las expectativas iniciales al identificar cinco subcategorías adicionales durante la recopilación de información. La decisión de eliminar la subcategoría de contenido en redes sociales en favor de destacar cinemáticas, música, eventos y teasers revela una comprensión clara de cómo estas expresiones transmediáticas se entrelazan y enriquecen la experiencia del jugador.

Guía de observación N° 3			
<b>Videojuego</b>	<b>Capítulos / Temporadas</b>	<b>Año</b>	<b>Desarrolladora</b>
Valorant	7 capítulos	2020 - Actualidad	Riot Games
<b>Categoría</b>	<b>Contenido generado por el usuario</b>		
<b>Subcategorías</b>			
	<b>Significado</b>	<b>Aporte a la narrativa</b>	
<b>Fan-arts:</b> VALORANT - LATAM (grupo de facebook). Valorant México y Latinoamérica (grupo de facebook).	Son comunidades de distintas redes sociales donde los usuarios o artistas producen diversas obras de arte referentes al videojuego.	Mediante la creación y difusión de estas obras por los usuarios a través de las redes sociales, fomentan la participación e interacción activa en la comunidad, sirviendo como una promoción no oficial del videojuego a través de su creatividad.	

Guía de observación N° 3

<p>VALORANT Memes (grupo de facebook).</p> <p>#valorantfanart, #valorantfanarts, #valorantart (Twitter, Instagram y Tik Tok)</p>		<p>Por otro lado, estas imágenes en su mayoría se enfocan en un personaje específico del juego, donde se explora más su trasfondo y personalidad u ofrecen nuevas perspectivas para una comprensión más completa de los personajes.</p>
<p><b>Fan-vids:</b></p> <p><b>Canales relacionados con la historia.</b></p> <p>LifelsForGamers - VALORANT Lore en Español (canal de youtube)</p> <p>Black Valorant en Español (canal de youtube).</p> <p>Sir Jeppy (canal de youtube)</p> <p>Skary Games (canal de youtube)</p>	<p>Son canales de YouTube, especializados en la difusión de información minuciosa referente a la narrativa del videojuego a través de cada actualización.</p>	<p>Este tipo de contenido es netamente informativo, su aporte principal es animar al jugador a explorar la narrativa del juego, tomando la función de un guía, que recopila la información de manera sencilla y comprensiva para cada usuario.</p> <p>Sus actividades principales son recopilar cronológicamente las cinemáticas, realizar un análisis minucioso de estas, explorar los diversos contenidos en redes sociales donde se muestran avances y hacer una inmersión en el videojuego donde recopilan la información de los audios, correos, tarjetas de jugador, diálogos, pantallas de inicio y mapas.</p>

Guía de observación N° 3

<p><b>Canales de animaciones cómicas.</b></p> <p>dopatwo (canal de youtube)</p> <p>Keybee Animation (canal de youtube)</p> <p>Skary Games (canal de youtube)</p>	<p>Son canales de YouTube, que difunden sus producciones animadas, muchos de estos consisten en videos graciosos.</p>	<p>Estas animaciones paródicas presentan una visión humorística de los agentes del juego, respetando la trama original o explorando nuevas historias con creatividad.</p>
<p><b>Canales sobre curiosidades y teorías.</b></p> <p>Valorant Curios (canal de youtube).</p> <p>Sir Jeppy (canal de youtube)</p> <p>Ditt Ozkul (canal de youtube).</p>	<p>Son canales de Youtube, que crean contenido referente a curiosidades, además de presentar teorías y conceptos nuevos referentes al juego.</p>	<p>El contenido de estos canales es más creativo, ofrecen contenido como conceptos de nuevos agentes, nuevas habilidades, retos, desarrollo temprano y teorías acerca de la narrativa principal del juego.</p>
<p><b>Merchandising Fan-made</b></p> <p>VALORANT - LATAM (grupo de facebook).</p>	<p>Se identificó tres páginas destacadas en la red social Facebook, cada una superando los treinta mil seguidores, dentro de las páginas los usuarios</p>	<p>La producción y venta de productos inspirados en Valorant por parte de la comunidad demuestran el profundo fanatismo de los jugadores hacia los personajes.</p>

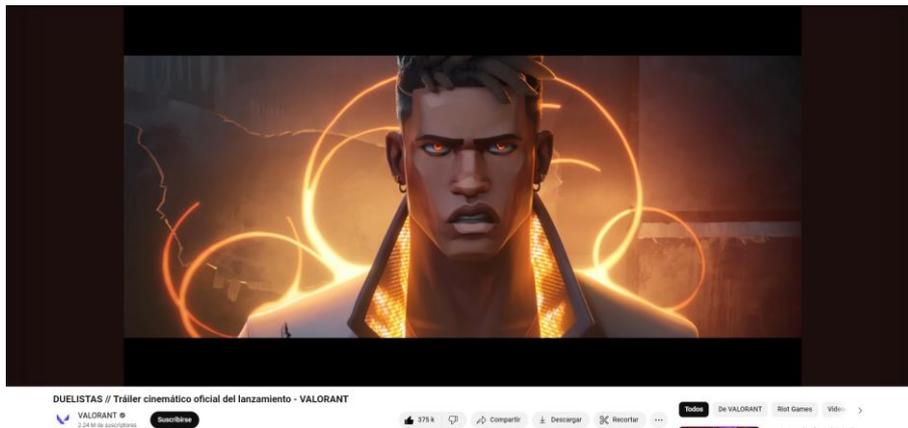
Guía de observación N° 3

<p>Valorant México y Latinoamérica (grupo de facebook).</p> <p>VALORANT Memes (grupo de facebook).</p>	<p>realizan la creación y venta de productos relacionados con el videojuego. Estos productos abarcan desde prendas de vestir hasta tazas y llaveros.</p>	<p>Estos artículos no solo satisfacen la demanda de productos temáticos, sino que también fortalecen el vínculo entre los jugadores y el universo de Valorant a través de mercancía tangible y personalizada.</p>
<p><b>Cosplay</b></p> <p>VALORANT - LATAM (grupo de facebook).</p> <p>Valorant México y Latinoamérica (grupo de facebook).</p> <p>VALORANT Memes (grupo de facebook).</p> <p>#valorantcosplay, #valorantcosplayer, #valorantcosplays ( Twitter, Instagram y Tik Tok)</p>	<p>Se identificaron tres páginas de Facebook y un hashtag utilizado en diversas plataformas como Instagram, TikTok y Twitter. En estos espacios, los usuarios comparten sus propias caracterizaciones de los personajes del juego a través de fotografías y videos.</p>	<p>La difusión de cosplays a través de fotos y videos proporcionan una promoción orgánica para Valorant. La interacción y viralización de estos contenidos aumentan la visibilidad del juego, atraen a nuevos jugadores y motivan a explorar el trasfondo de los personajes. Esto contribuye a la creación de un ciclo activo de participación y expansión en la comunidad.</p>
<p><b>Música:</b></p> <p>AverageJonas (canal de youtube)</p>	<p>Son canales de YouTube que producen contenidos musicales conformados por</p>	<p>Estas producciones, de igual manera, promueven una promoción orgánica del videojuego, al ser</p>

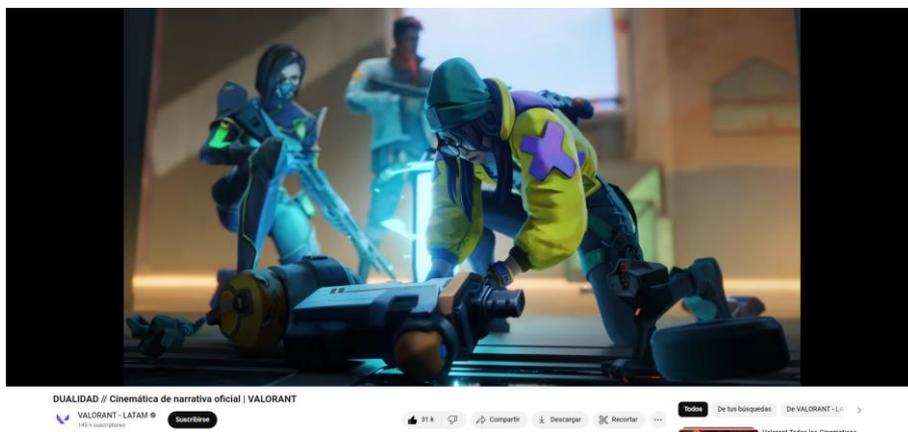
Guía de observación N° 3		
<p>MainNeonVT (canal de youtube)</p> <p>Valorant Covers IA (canal de youtube)</p> <p>NerdOut! (canal de youtube)</p> <p>Joey (Lucky Boy) Nato (canal de Youtube)</p> <p>G.O.T Games (canal de Youtube)</p>	<p>covers de canciones oficiales, canciones famosas y composiciones originales.</p>	<p>subidas en plataformas digitales conocidas, con el fin de atraer a nuevos fanáticos a través de estos recursos musicales.</p> <p>Además, la participación de profesionales en la producción musical que reaccionan a estas composiciones también contribuye a una promoción orgánica, de este modo, el creador de contenido difunde a su comunidad estas canciones a un público más amplio, incluso aquellos que no son jugadores.</p>

En conclusión, la participación activa y creativa de la comunidad de fanáticos de Valorant se revela como un componente crucial para la promoción y expansión del juego. A través de obras generadas por los usuarios en redes sociales, que van desde análisis detallados hasta animaciones paródicas y conceptos creativos, los jugadores no solo expresan su profundo fanatismo, sino que también contribuyen de manera significativa a la riqueza y diversidad del universo de Valorant.

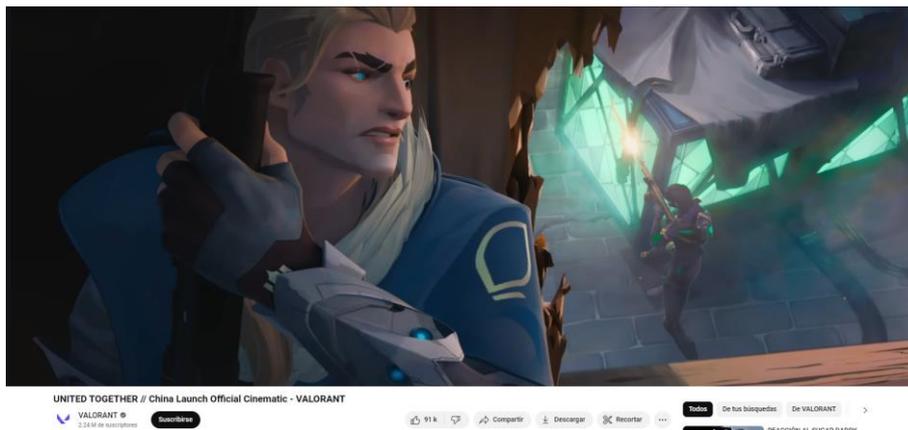
## ***Cinemáticas analizadas***



***DUELISTAS - Tráiler cinemático oficial del lanzamiento - VALORANT - YouTube***



***DUALIDAD - Cinemática de narrativa oficial - VALORANT - YouTube***



***UNITED TOGETHER // China Launch Official Cinematic - VALORANT - YouTube***



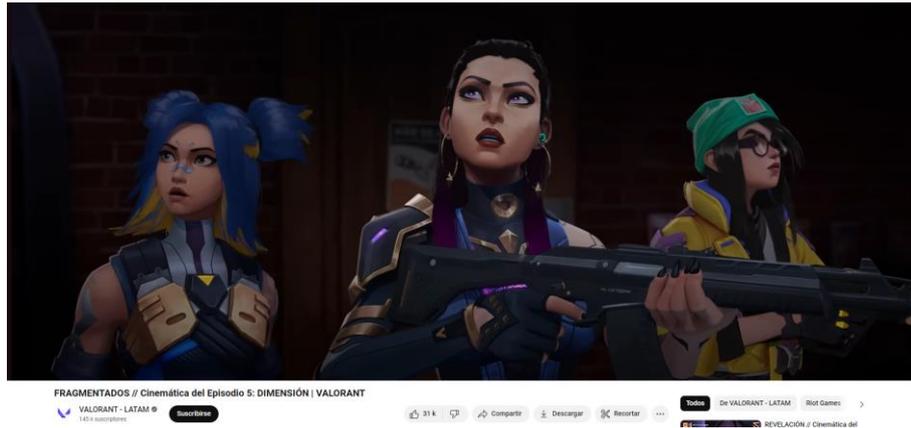
*RETAKE - Cinemática Episodio 2 - VALORANT - YouTube*



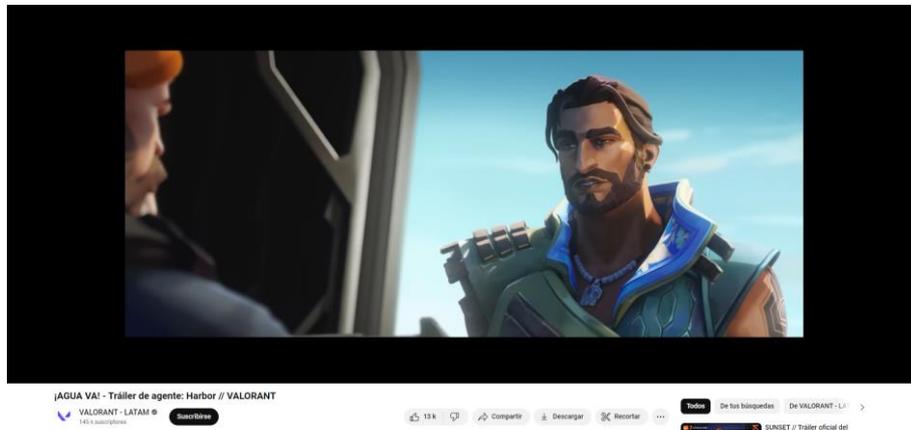
*CALENTAMIENTO - Cinemática del Episodio 4 - VALORANT - YouTube*



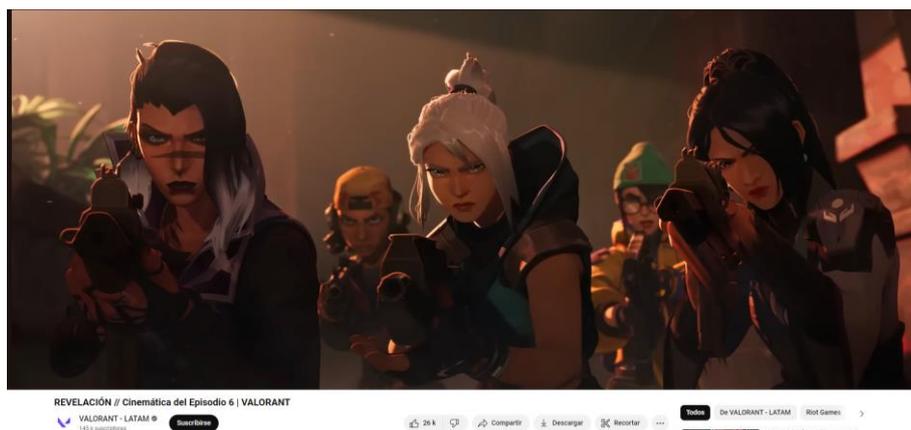
*İYİ GECELER - Fade Agent Trailer - VALORANT - YouTube*



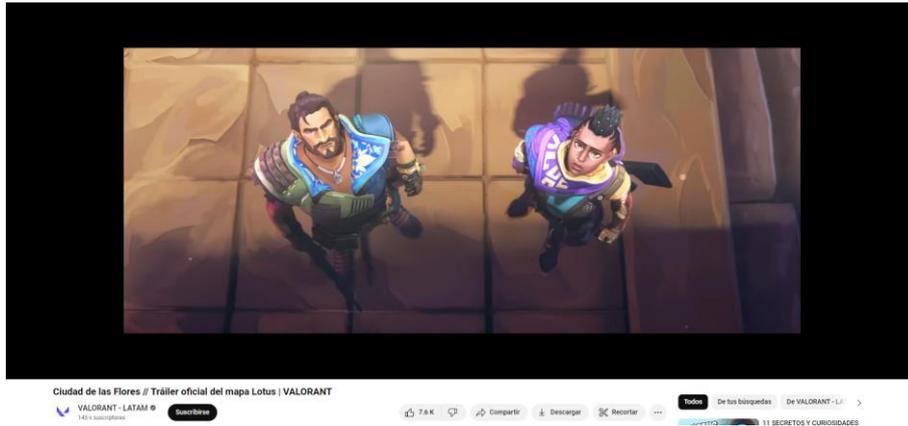
*FRAGMENTADOS - Cinemática del Episodio 5: DIMENSIÓN - VALORANT - YouTube*



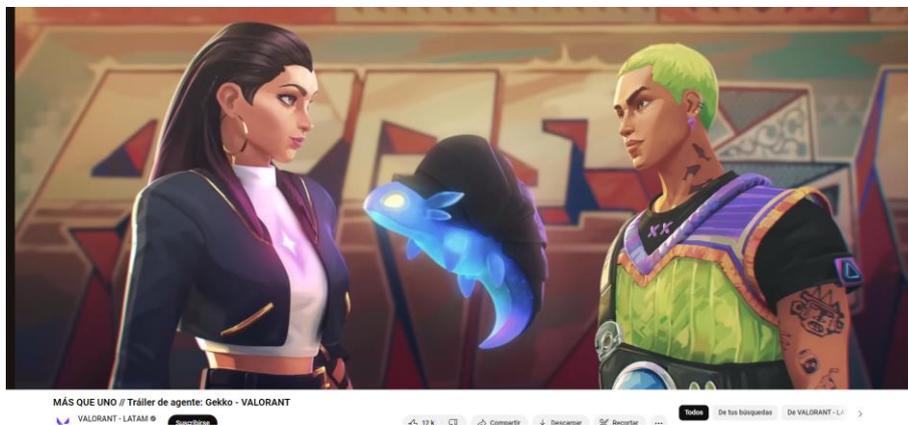
*¡AGUA VA! - Tráiler de agente: Harbor - VALORANT - YouTube*



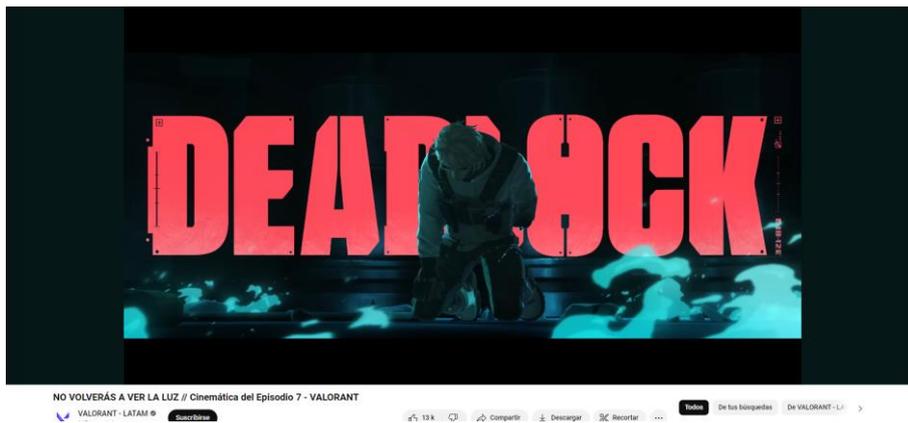
*REVELACIÓN - Cinemática del Episodio 6 - VALORANT - YouTube*



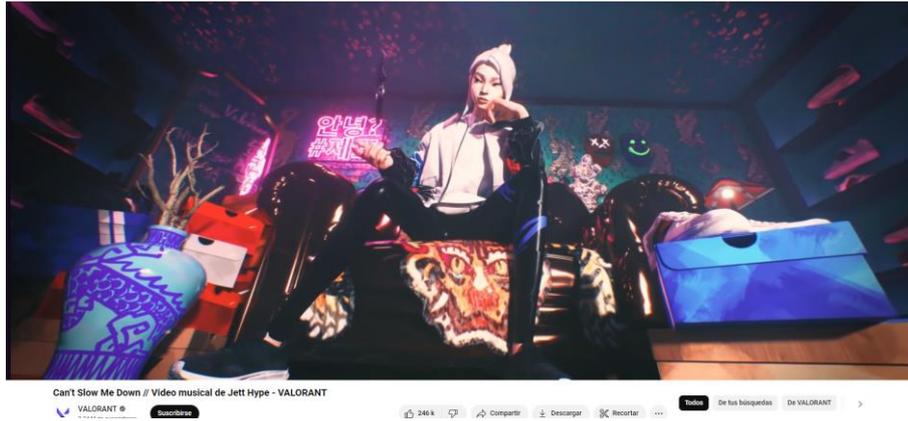
*Ciudad de las Flores - Tráiler oficial del mapa Lotus - VALORANT - YouTube*



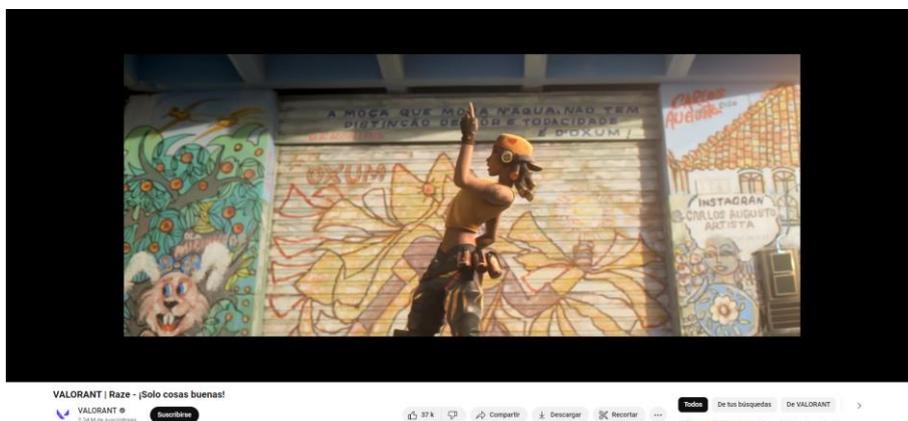
*MÁS QUE UNO - Tráiler de agente: Gekko - VALORANT - YouTube*



*NO VOLVERÁS A VER LA LUZ - Cinemática del Episodio 7 - VALORANT - YouTube*



*Can't Slow Me Down - Video musical de Jett Hype - VALORANT - YouTube*



*Raze - ¡Solo cosas buenas! - VALORANT - YouTube*



*YORU - MY TYPICAL DAY - VALORANT - YouTube*



**Eventos:**



*Valorant Champions 2023 Tour*



*Evento Valorant Deathmatch Definitivo Latinoamérica 2023*



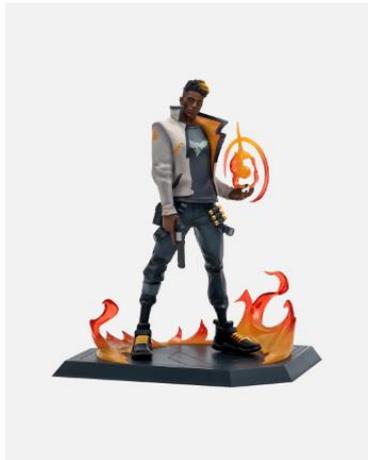
*ROW DTLA - Los Angeles - 2023*

## Merchandising Oficial Identificado:



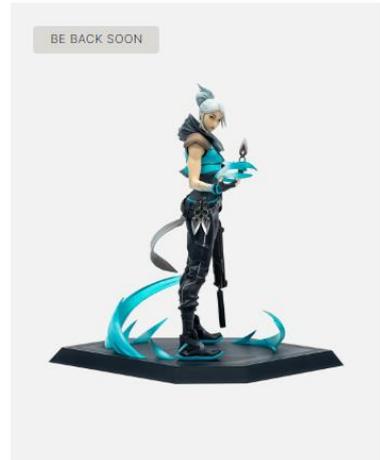
VALORANT Killjoy Statue

\$184.99



VALORANT Phoenix Statue

\$179.99



VALORANT Jett Statue

\$179.99



VALORANT Phoenix Duelist Crewneck (Unisex)

\$60.00



VALORANT Phoenix Duelist Tee (Unisex)

\$30.00



VALORANT Jett Duelist Tee (Unisex)

\$30.00

### SECRETLAB TITAN EVO GAMING CHAIRS

REYNA Edition

Upholstered in Secretlab NEO™ Hybrid Leatherette  
Available in Regular and XL

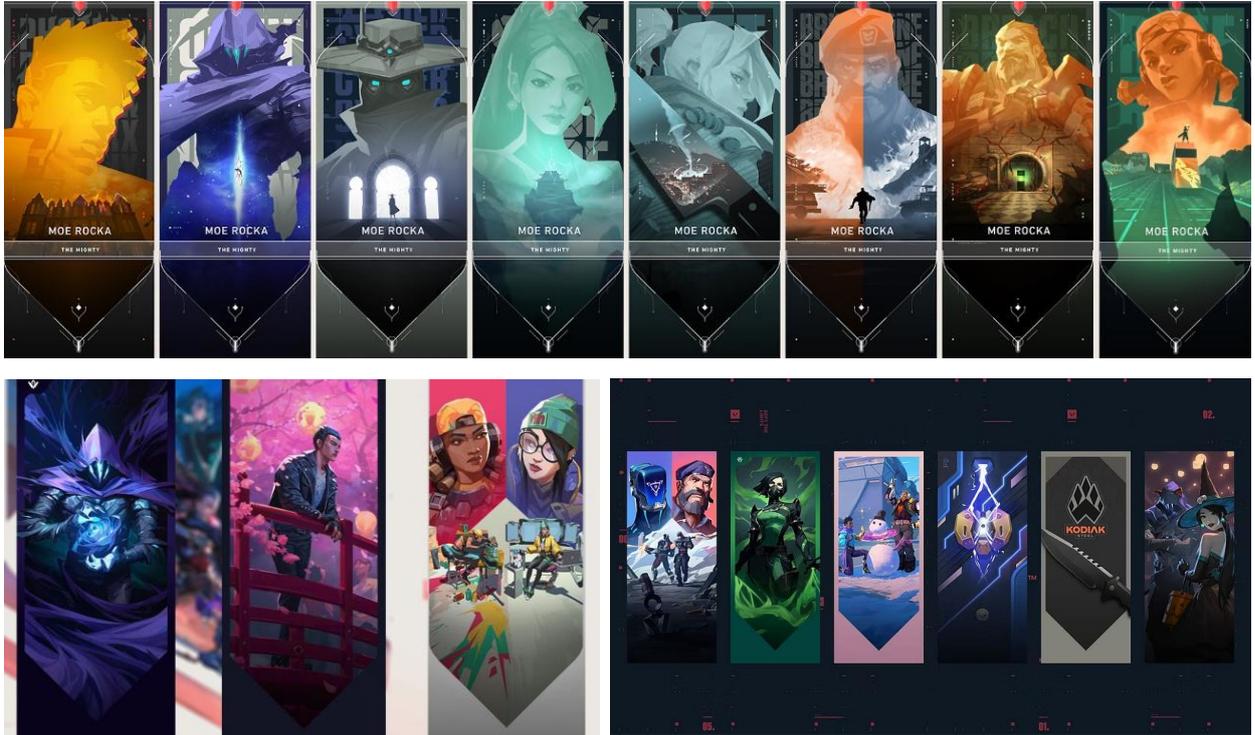
#### FEATURES

- Adjustable Lumbar Support
- Adjustable Neck Support
- Adjustable Armrests
- Adjustable Footrest

Learn more about Secretlab TITAN Evo

[SHOP NOW](#)

## Expresiones Transmediáticas insertadas en el videojuego:

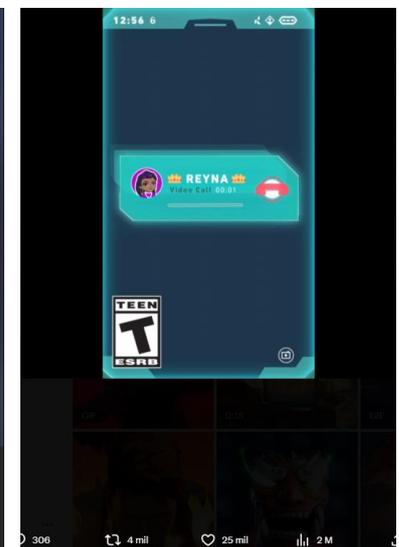
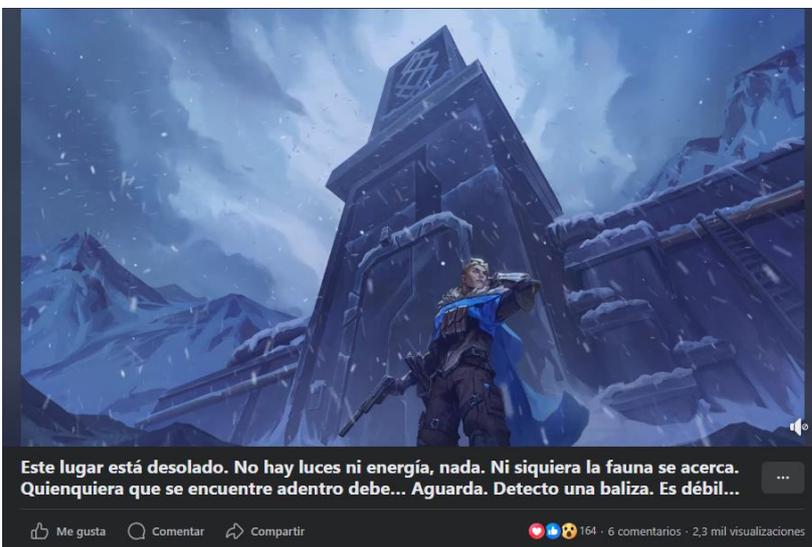
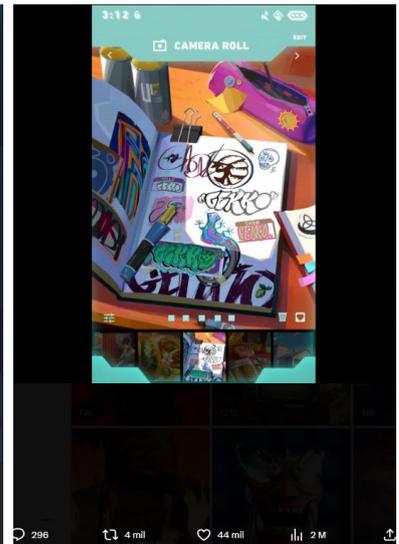


## Tarjetas de Jugador

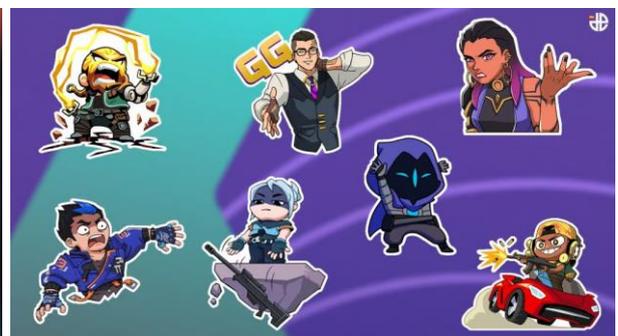


## Oficina de Brimstone

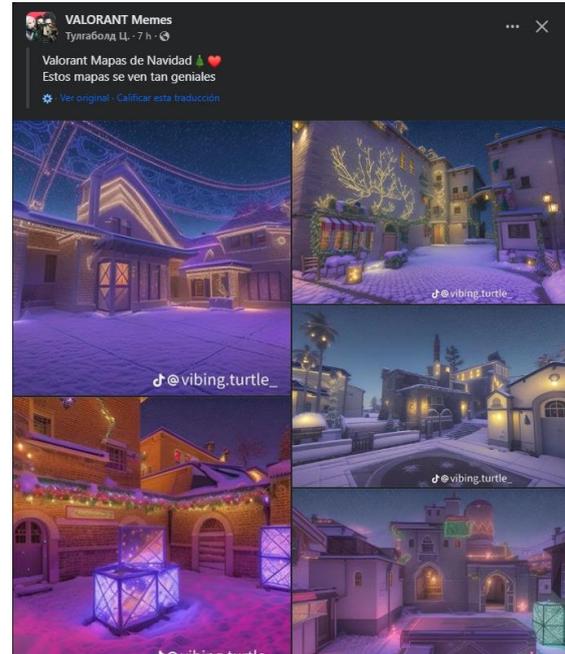
## Teasers:

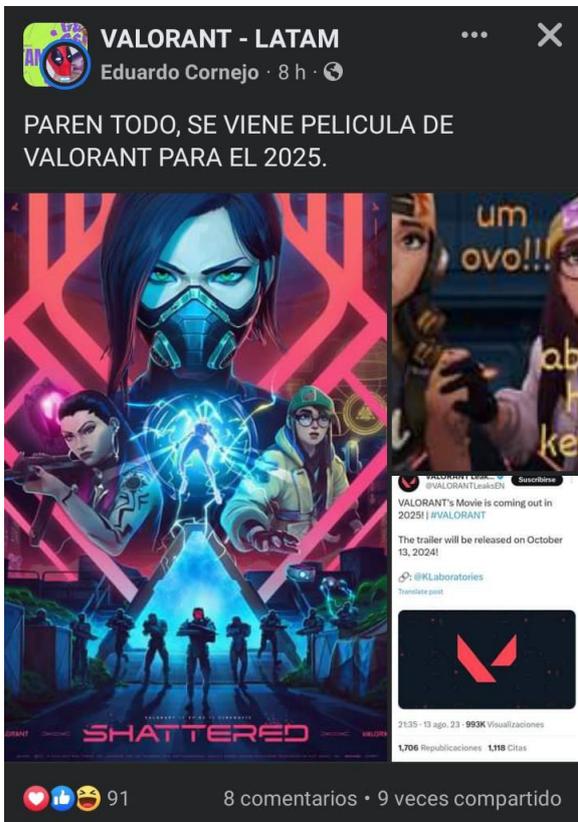


## Graffitis:



## Contenido generado y difundido por los prosumidores





**VALORANT - LATAM**  
Bruno Mejia · 57 min · 🌐

Estos se miran chidos 😂

69 23 comentarios · 14 veces compartido

**VALORANT Memes**  
Irfan · 6 h · 🌐

Weapon name valorant  
Ares  
Odin  
Guardian  
Bulldog  
Ghost  
Sheriff

2 más

2 más

**VALORANT Memes**  
Angel Sanchez Ballesteros · 21 h · 🌐

516 28 comentarios · 85 veces compartido

**VALORANT - LATAM**  
Eduardo Cornejo · 4 h · 🌐

Entonces Deadlock y Gekko, son un nuevo tipo de Radiante, ,que se pueden comunicar con los animales, tal como vemos cuando la osa, muerde a DeadLock en el brazo.

2 más

41 23 comentarios · 2 veces compartido

**VALORANT Memes**  
 Juan Vasquez Colmenares Menes · 2 h · 🌐

Trabajando en mi siguiente figura 3D para imprimirla 🙏.  
 Después de Reyna quien sigue??



3 más

👍👍👍 79      28 comentarios · 2 veces compartido

**VALORANT - L...**

**Carolina Jiménez**  
 Top Contributor · 3h · 🌐

Hola! Espero no hacer algo borrrable jsj  
 Quería mostrarles mi cosplay de Viper, me gustaría empezar en esto de a poco y este es el primer pasito 🥰💚

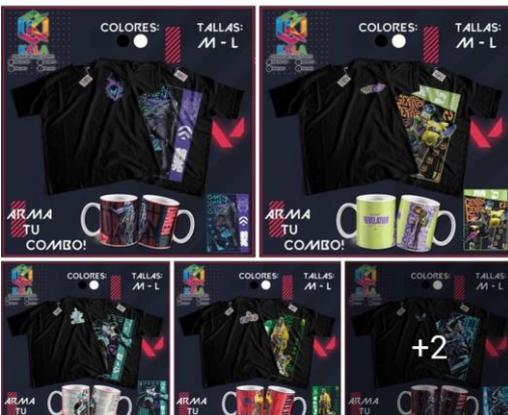
Les dejo el link de mi ig por si quieren ver más fotitos del cosplay 📸... See more



**VALORANT Perú**

**Luigi Cruzate Cerna**  
 Nov 17 · 🌐

**POLOS DE VALORANT**  
 Tenemos una colección de algunos de los agentes mas famosos de Valorant!  
 SOMOS DE PERÚ!  
 Talla M - L  
 Material del polo: Algodón jersey reactivo. 24/1  
 Colores : Blanco y Negro... See more



**VALORANT Perú**

**MJ Lopez Velasquez**  
 Nov 8 · 🌐

**Gorritos de Killjoy**  
 13 soles  
 2 x 25 so  
 hago envíos, delivery, contra entrega.



**Estrella Nieto** Moderator · Nov 2 · 🌐

Hola! Mi tiendita Pocket Sage anda vendiendo llaveros de rango y también llaveros de armas ✨ todos son de metal para que duren mucho tiempo 🍷🔪

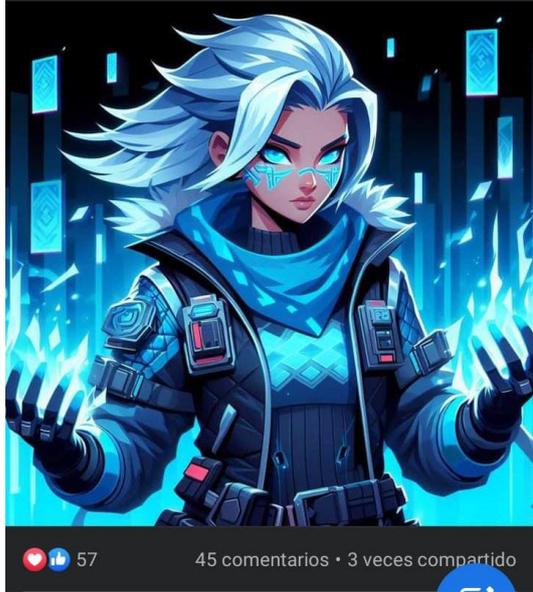
Hago envíos a todo el Perú 🇵🇪📦

Encuentranos en Ig como @pocketsage.pe



**Alexander De Leon** 1 d · 🌐

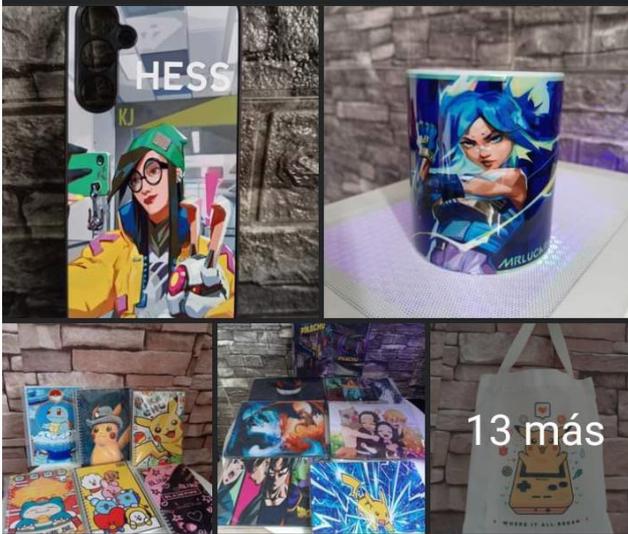
Les presento a Eira  
Mi Modelo conceptual de agente valorant  
Ella es una Radiante que maneja el poder de Hielo  
Que rol creen que le quedaría bien? Yo le veo cara de Duelista jsjs



**Suli Rivera** 13 h · 🌐

Solo Para Peru 🇵🇪 Todo Personalizado..

- Tazas (magicas y normales)
- Tomatodos De 600 Y 700 ML De Aluminio
- Chop De Vidrio De 16oz
- posavasos (circular y Cuadrado )
- Mousepad Medida Unica 19.5x23.5
- Cuadernos A5 De 80 Hojas RAYADO... Ver más



← VALORANT Me... 🔍 🔄 ☰

**Guy Tomatoes** Top Contributor · Dec 2 · 🌐

Rate mommy neon sketch took me only a hour rate out of 10



## Canales de YouTube de prosumidores



EXPLICACIÓN DE LA NUEVA CINEMÁTICA DE VALORANT EPISODIO 6 REVELACIÓN | VALORANT LORE - EN ESPAÑOL



LifelsForGamers - VALORANT Lore en Español

Suscribirse

688



Compartir



Descargar



Recortar



Todos

De LifelsForGamers - VALORA...

Valo...



LA HISTORIA DE VALORANT



Revelation Valorant Cinematic Full Lore Breakdown | Episode 6



Sir Jeppy

135 k suscriptores

Unirse

Suscribirse

5.5 K



Compartir



Descargar



Gracias



Todos

De Sir Jeppy

Riot Games

Juegos



Complete Recap of OFFICIAL



HISTORIA DE KAY/O | CONOCIENDO AL AGENTE V.T 2 | VALORANT



Skary Games

11.1 k suscriptores

Unirse

Suscribirse

2 K



Compartir



Descargar



Gracias



Mostrar la repetición del chat



VALORANTA BRONZE HEARTS 5 (VALORANT ANIMATION)

dopatwo

Unirse

Suscribirse

16 k

Compartir

Descargar

Recortar

Todos

De dopatwo

Valorant

Videos relacionados



"Killjoy is Easy" - VALORANT Animated Parody

Keybee Animation

Suscribirse

34 k

Compartir

Descargar

Recortar

Todos

De tus búsquedas

De Keybee Animation



9 times Fan-made content was better than what Riot did

Dittozkul

Unirse

Suscribirse

2.1 K

Compartir

Descargar

Gracias

Todos

De tus búsquedas

De Dittozkul

## EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento

### “GUÍA DE OBSERVACIÓN sobre Análisis de las estrategias transmedia en videojuegos: Caso VALORANT”

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Talledo Sánchez, Rodolfo Fernando
<b>Grado profesional:</b>	Maestría (X)    Doctor (    )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Comunicador Audiovisual
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad Cesar Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años (    ) Más de 5 años (X)

#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Guía de observación sobre “Análisis de las estrategias transmedia en videojuegos: Caso VALORANT”
<b>Autor(es):</b>	Uriarte Temple, Jairo Jossue Tasayco Sánchez, Kevin Edson

<b>Procedencia:</b>	UCV
<b>Administración:</b>	Virtual
<b>Tiempo de aplicación:</b>	15 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	externo
<b>Significación:</b>	Analizar las estrategias transmedia empleadas en la saga Valorant

#### **4. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presentó la **Guía de observación sobre “Análisis de las estrategias transmedia en videojuegos: Caso VALORANT** elaborado por **Kevin Tasayco Sánchez y Jairo Uriarte Temple** en el año **2023**

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

<b>Categoría</b>	<b>Calificación</b>	<b>Indicador</b>
<p><b>CLARIDAD</b></p> <p>El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<p><b>COHERENCIA</b></p> <p>El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.</p>	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<p><b>RELEVANCIA</b></p> <p>El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.

	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.
--	---------------	---

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Subcategorías del instrumento: UNIVERSO NARRATIVO/ EXPRESIONES TRANSMEDIÁTICAS GENERADAS POR EL CREADOR**

**Producto / CONTENIDO GENERADO POR EL USUARIO**

- Primera categoría: **UNIVERSO NARRATIVO**
- Objetivo de la subcategoría: Describir los cuatro elementos narrativos esenciales configuración, personajes, tema y trama al momento de contar una historia como parte integral de una narrativa transmedia.

	<b>CÓDIGOS/ ítems</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>
	<b>Configuración</b>			
	Para Hernández y Grandío (2011) la configuración o ambientación hace referencia al contexto, es decir, al tiempo, lugar y escenario en el que una historia se desenvuelve.	4	4	4
	<b>Personajes</b>			
	Según Hernández y Grandío (2011) el concepto de "personajes" en un contexto narrativo se refiere a las figuras ficticias, individuos o entidades que desempeñan un papel dentro de una historia, ya sea en una obra literaria, película, serie de televisión, obra teatral, videojuego u otro medio artístico	4	4	4

	<b>Tema</b>			
	Para Hernández y Grandío (2011) el tema es un aspecto fundamental de una obra narrativa que se centra en ideas o conceptos recurrentes que exploran y desarrollan el contenido de la historia.	4	4	4
	<b>Trama</b>			
	Según Hernández y Grandío (2011) la trama se refiere al conjunto de eventos y acciones que conforman la narrativa principal de una obra.	4	4	4

- Segunda categoría: **EXPRESIONES TRANSMEDIÁTICAS GENERADAS POR EL CREADOR DEL PRODUCTO**
- Objetivo de la subcategoría: Identificar las expresiones transmediáticas generadas por la distribuidora del videojuego

	<b>CÓDIGOS/ ítems</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>
	<b>Productos audiovisuales</b>			

	<p>Para Jux (2014) el contenido digital se ha convertido en una herramienta esencial para compartir información relacionada con juegos y promocionarlos, así como para interactuar con los jugadores. Muchas empresas y desarrolladores de juegos mantienen perfiles y páginas en plataformas como Facebook, Twitter e Instagram, donde publican noticias, anuncios, imágenes, vídeos y otros contenidos relacionados con sus juegos. Esto les permite llegar a su audiencia de manera efectiva y mantener una comunicación constante con los jugadores.</p>	4	4	4
<b>Merchandising</b>				
	<p>Para Jux (2014) el merchandising se refiere a la comercialización de productos relacionados con una marca o franquicia</p>	4	4	4

	<b>Producciones musicales</b>			
	<p>Según Jux (2014) las producciones musicales también han sido influenciadas por el fenómeno de expansión transmediática, que</p>	4	4	4

	implica la creación y difusión de contenido a través de múltiples plataformas y medios.			
	<b>Contenido digital</b>			
	Según Jux (2014) el contenido digital se ha convertido en una herramienta esencial para compartir información relacionada con juegos y promocionarlos, así como para interactuar con los jugadores. Muchas empresas y desarrolladores de juegos mantienen perfiles y páginas en plataformas como Facebook, Twitter e Instagram, donde publican noticias, anuncios, imágenes, vídeos y otros contenidos relacionados con sus juegos. Esto les permite llegar a su audiencia de manera efectiva y mantener una comunicación constante con los jugadores.	4	4	4
	<b>Ilustraciones</b>			
	Jux (2014) nos menciona que las ilustraciones son una forma de representar visualmente el universo del juego y permiten a los jugadores identificarse con los personajes y escenarios.	4	4	4
	<b>Eventos</b>			

	De acuerdo con Jux (2014) Numerosos juegos y marcas crean una gran cantidad de vídeos relacionados con sus productos y servicios. Estos vídeos suelen estar disponibles en sus sitios web oficiales y canales de YouTube. El uso de vídeos en línea es una estrategia común para mantener a los seguidores informados y comprometidos.	4	4	4
--	--	---	---	---

- Tercera subcategoría: **CONTENIDOS GENERADOS POR LOS USUARIOS**
- Objetivo de la subcategoría: Identificar y analizar los contenidos generados por los usuarios en el videojuego Valorant

	<b>CÓDIGOS/ ítems</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>
	<b>Fan-vids</b>			
	Para Jux (2014) este tipo de contenido suele estar relacionado con el mundo narrativo del juego, centrándose especialmente en la representación de los personajes y los escenarios. Estos elementos	4	4	4

	transmediáticos pueden tomar diversas formas y manifestarse de diversas maneras.			
	<b>Fan-arts</b>			
	De acuerdo a Jux (2014) los fans arts o arte de los fans engloban todas aquellas obras creadas por la comunidad.	4	4	4
	<b>Merchandising Fan-made</b>			
	Para Jux (2014) es la creación y producción de productos y artículos relacionados con una franquicia, marca o contenido específico por parte de los propios seguidores o aficionados, en lugar de ser productos oficiales fabricados y distribuidos por la empresa o entidad propietaria de la propiedad intelectual.	4	4	4
	<b>Cosplay</b>			

	Según Jux (2014) el cosplay es una forma de expresión artística en la que los aficionados se visten y caracterizan para parecerse a los personajes de videojuegos que admiran.	4	4	4
<b>Música</b>				
	De acuerdo con Jux (2014) los aficionados han tomado la iniciativa de producir diversas canciones de gran éxito inspiradas en el juego en sí o en sus personajes. En ocasiones, estas canciones son reinterpretaciones de éxitos populares.	4	4	4



-----  
**DNI: 4522278**

## EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento

### “GUÍA DE OBSERVACIÓN sobre Análisis de las estrategias transmedia en videojuegos: Caso VALORANT”

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Morales Blanco, Estefany Yamil
<b>Grado profesional:</b>	Maestría (X)    Doctor (    )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Periodismo y Comunicación Multimedia
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad Cesar Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años (    ) Más de 5 años (X)

#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Guía de observación sobre “Análisis de las estrategias transmedia en videojuegos: Caso VALORANT”
<b>Autor(es):</b>	Uriarte Temple, Jairo Jossue Tasayco Sánchez, Kevin Edson

<b>Procedencia:</b>	UCV
<b>Administración:</b>	Virtual
<b>Tiempo de aplicación:</b>	15 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	externo
<b>Significación:</b>	Analizar las estrategias transmedia empleadas en la saga Valorant

#### **4. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presenté la **Guía de observación sobre “Análisis de las estrategias transmedia en videojuegos: Caso VALORANT** elaborado por **Kevin Tasayco Sánchez y Jairo Uriarte Temple** en el año **2023**

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

<b>Categoría</b>	<b>Calificación</b>	<b>Indicador</b>
<p><b>CLARIDAD</b></p> <p>El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<p><b>COHERENCIA</b></p> <p>El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.</p>	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<p><b>RELEVANCIA</b></p> <p>El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.

	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.
--	---------------	---

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Subcategorías del instrumento: UNIVERSO NARRATIVO/ EXPRESIONES TRANSMEDIÁTICAS GENERADAS POR EL CREADOR**

**Producto / CONTENIDO GENERADO POR EL USUARIO**

- Primera categoría: **UNIVERSO NARRATIVO**
- Objetivo de la subcategoría: Describir los cuatro elementos narrativos esenciales configuración, personajes, tema y trama al momento de contar una historia como parte integral de una narrativa transmedia.

	<b>CÓDIGOS/ ítems</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>
	<b>Configuración</b>			
	Para Hernández y Grandío (2011) la configuración o ambientación hace referencia al contexto, es decir, al tiempo, lugar y escenario en el que una historia se desenvuelve.	4	4	4
	<b>Personajes</b>			
	Según Hernández y Grandío (2011) el concepto de "personajes" en un contexto narrativo se refiere a las figuras ficticias, individuos o entidades que desempeñan un papel dentro de una historia, ya sea	4	4	4

en una obra literaria, película, serie de televisión, obra teatral, videojuego u otro medio artístico			
<b>Tema</b>			
Para Hernández y Grandío (2011) el tema es un aspecto fundamental de una obra narrativa que se centra en ideas o conceptos recurrentes que exploran y desarrollan el contenido de la historia.	4	4	4
<b>Trama</b>			
Según Hernández y Grandío (2011) la trama se refiere al conjunto de eventos y acciones que conforman la narrativa principal de una obra.	4	4	4

- Segunda categoría: **EXPRESIONES TRANSMEDIÁTICAS GENERADAS POR EL CREADOR DEL PRODUCTO**
- Objetivo de la subcategoría: Identificar las expresiones transmediáticas generadas por la distribuidora del videojuego

	<b>CÓDIGOS/ ítems</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>
	<b>Productos audiovisuales</b>			
	Para Jux (2014) el contenido digital se ha convertido en una herramienta esencial para compartir información relacionada con juegos y promocionarlos, así como para interactuar con los jugadores. Muchas empresas y desarrolladores de juegos mantienen perfiles y páginas en plataformas como Facebook, Twitter e Instagram, donde publican noticias, anuncios, imágenes, vídeos y otros contenidos relacionados con sus juegos. Esto les permite llegar a su audiencia de manera efectiva y mantener una comunicación constante con los jugadores.	4	4	4
	<b>Merchandising</b>			
	Para Jux (2014) el merchandising se refiere a la comercialización de productos relacionados con una marca o franquicia	4	4	4

	<b>Producciones musicales</b>			
	Según Jux (2014) las producciones musicales también han sido influenciadas por el fenómeno de expansión transmediática, que implica la creación y difusión de contenido a través de múltiples plataformas y medios.	4	4	4
	<b>Contenido digital</b>			
	Según Jux (2014) el contenido digital se ha convertido en una herramienta esencial para compartir información relacionada con juegos y promocionarlos, así como para interactuar con los jugadores. Muchas empresas y desarrolladores de juegos mantienen perfiles y páginas en plataformas como Facebook, Twitter e Instagram, donde publican noticias, anuncios, imágenes, vídeos y otros contenidos relacionados con sus juegos. Esto les permite llegar a su audiencia de manera efectiva y mantener una comunicación constante con los jugadores.	4	4	4
	<b>Ilustraciones</b>			

	Jux (2014) nos menciona que las ilustraciones son una forma de representar visualmente el universo del juego y permiten a los jugadores identificarse con los personajes y escenarios.	4	4	4
<b>Eventos</b>				
	De acuerdo con Jux (2014) Numerosos juegos y marcas crean una gran cantidad de vídeos relacionados con sus productos y servicios. Estos vídeos suelen estar disponibles en sus sitios web oficiales y canales de YouTube. El uso de vídeos en línea es una estrategia común para mantener a los seguidores informados y comprometidos.	4	4	4

- Tercera subcategoría: **CONTENIDOS GENERADOS POR LOS USUARIOS**
- Objetivo de la subcategoría: Identificar y analizar los contenidos generados por los usuarios en el videojuego Valorant

	<b>CÓDIGOS/ ítems</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>
	<b>Fan-vids</b>			

	<p>Para Jux (2014) este tipo de contenido suele estar relacionado con el mundo narrativo del juego, centrándose especialmente en la representación de los personajes y los escenarios. Estos elementos transmediáticos pueden tomar diversas formas y manifestarse de diversas maneras.</p>	4	4	4
<b>Fan-arts</b>				
	<p>De acuerdo a Jux (2014) los fans arts o arte de los fans engloban todas aquellas obras creadas por la comunidad.</p>	4	4	4
<b>Merchandising Fan-made</b>				
	<p>Para Jux (2014) es la creación y producción de productos y artículos relacionados con una franquicia, marca o contenido específico por parte de los propios seguidores o aficionados, en lugar de ser productos oficiales fabricados y distribuidos por la empresa o entidad propietaria de la propiedad intelectual.</p>	4	4	4

	<b>Cosplay</b>			
	Según Jux (2014) el cosplay es una forma de expresión artística en la que los aficionados se visten y caracterizan para parecerse a los personajes de videojuegos que admiran.	4	4	4
	<b>Música</b>			
	De acuerdo con Jux (2014) los aficionados han tomado la iniciativa de producir diversas canciones de gran éxito inspiradas en el juego en sí o en sus personajes. En ocasiones, estas canciones son reinterpretaciones de éxitos populares.	4	4	4



**DNI: 44978974**

## EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento

### “GUÍA DE OBSERVACIÓN sobre Análisis de las estrategias transmedia en videojuegos: Caso VALORANT”

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Morales Blanco, Estefany Yamil
<b>Grado profesional:</b>	Maestría (X)    Doctor (    )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Comunicador Audiovisual
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad Cesar Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años (    ) Más de 5 años (X)

#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Guía de observación sobre “Análisis de las estrategias transmedia en videojuegos: Caso VALORANT”
<b>Autor(es):</b>	Uriarte Temple, Jairo Jossue Tasayco Sánchez, Kevin Edson

<b>Procedencia:</b>	UCV
<b>Administración:</b>	Virtual
<b>Tiempo de aplicación:</b>	15 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	externo
<b>Significación:</b>	Analizar las estrategias transmedia empleadas en la saga Valorant

#### **4. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presentó la **Guía de observación sobre “Análisis de las estrategias transmedia en videojuegos: Caso VALORANT** elaborado por **Kevin Tasayco Sánchez y Jairo Uriarte Temple** en el año **2023**

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

<b>Categoría</b>	<b>Calificación</b>	<b>Indicador</b>
<p><b>CLARIDAD</b></p> <p>El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<p><b>COHERENCIA</b></p> <p>El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.</p>	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<p><b>RELEVANCIA</b></p> <p>El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.

	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.
--	---------------	---

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Subcategorías del instrumento: UNIVERSO NARRATIVO/ EXPRESIONES TRANSMEDIÁTICAS GENERADAS POR EL CREADOR**

**Producto / CONTENIDO GENERADO POR EL USUARIO**

- Primera categoría: **UNIVERSO NARRATIVO**
- Objetivo de la subcategoría: Describir los cuatro elementos narrativos esenciales configuración, personajes, tema y trama al momento de contar una historia como parte integral de una narrativa transmedia.

	<b>CÓDIGOS/ ítems</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>
	<b>Configuración</b>			
	Para Hernández y Grandío (2011) la configuración o ambientación hace referencia al contexto, es decir, al tiempo, lugar y escenario en el que una historia se desenvuelve.	4	4	4
	<b>Personajes</b>			
	Según Hernández y Grandío (2011) el concepto de "personajes" en un contexto narrativo se refiere a las figuras ficticias, individuos o entidades que desempeñan un papel dentro de una historia, ya sea en una obra literaria, película, serie de televisión, obra teatral, videojuego u otro medio artístico	4	4	4

	<b>Tema</b>			
	Para Hernández y Grandío (2011) el tema es un aspecto fundamental de una obra narrativa que se centra en ideas o conceptos recurrentes que exploran y desarrollan el contenido de la historia.	4	4	4
	<b>Trama</b>			
	Según Hernández y Grandío (2011) la trama se refiere al conjunto de eventos y acciones que conforman la narrativa principal de una obra.	4	4	4

- Segunda categoría: **EXPRESIONES TRANSMEDIÁTICAS GENERADAS POR EL CREADOR DEL PRODUCTO**
- Objetivo de la subcategoría: Identificar las expresiones transmediáticas generadas por la distribuidora del videojuego

	<b>CÓDIGOS/ ítems</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>
	<b>Productos audiovisuales</b>			

	<p>Para Jux (2014) el contenido digital se ha convertido en una herramienta esencial para compartir información relacionada con juegos y promocionarlos, así como para interactuar con los jugadores. Muchas empresas y desarrolladores de juegos mantienen perfiles y páginas en plataformas como Facebook, Twitter e Instagram, donde publican noticias, anuncios, imágenes, vídeos y otros contenidos relacionados con sus juegos. Esto les permite llegar a su audiencia de manera efectiva y mantener una comunicación constante con los jugadores.</p>	4	4	4
<p><b>Merchandising</b></p>				
	<p>Para Jux (2014) el merchandising se refiere a la comercialización de productos relacionados con una marca o franquicia</p>	4	4	4

<p><b>Producciones musicales</b></p>				
	<p>Según Jux (2014) las producciones musicales también han sido influenciadas por el fenómeno de expansión transmediática, que implica la creación y difusión de contenido a través de múltiples plataformas y medios.</p>	4	4	4

	<b>Contenido digital</b>			
	Según Jux (2014) el contenido digital se ha convertido en una herramienta esencial para compartir información relacionada con juegos y promocionarlos, así como para interactuar con los jugadores. Muchas empresas y desarrolladores de juegos mantienen perfiles y páginas en plataformas como Facebook, Twitter e Instagram, donde publican noticias, anuncios, imágenes, vídeos y otros contenidos relacionados con sus juegos. Esto les permite llegar a su audiencia de manera efectiva y mantener una comunicación constante con los jugadores.	4	4	4
	<b>Ilustraciones</b>			
	Jux (2014) nos menciona que las ilustraciones son una forma de representar visualmente el universo del juego y permiten a los jugadores identificarse con los personajes y escenarios.	4	4	4
	<b>Eventos</b>			
	De acuerdo con Jux (2014) Numerosos juegos y marcas crean una gran cantidad de vídeos relacionados con sus productos y servicios. Estos vídeos suelen estar disponibles en sus sitios web oficiales y canales de	4	4	4

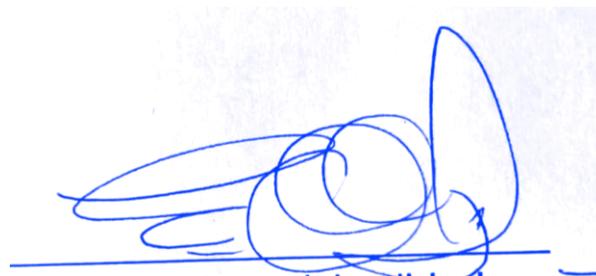
	YouTube. El uso de vídeos en línea es una estrategia común para mantener a los seguidores informados y comprometidos.			
--	---	--	--	--

- Tercera subcategoría: **CONTENIDOS GENERADOS POR LOS USUARIOS**
- Objetivo de la subcategoría: Identificar y analizar los contenidos generados por los usuarios en el videojuego Valorant

	CÓDIGOS/ ítems	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
	<b>Fan-vids</b>			
	Para Jux (2014) este tipo de contenido suele estar relacionado con el mundo narrativo del juego, centrándose especialmente en la representación de los personajes y los escenarios. Estos elementos transmediáticos pueden tomar diversas formas y manifestarse de diversas maneras.	4	4	4
	<b>Fan-arts</b>			

De acuerdo a Jux (2014) los fans arts o arte de los fans engloban todas aquellas obras creadas por la comunidad.	4	4	4
<b>Merchandising Fan-made</b>			
Para Jux (2014) es la creación y producción de productos y artículos relacionados con una franquicia, marca o contenido específico por parte de los propios seguidores o aficionados, en lugar de ser productos oficiales fabricados y distribuidos por la empresa o entidad propietaria de la propiedad intelectual.	4	4	4
<b>Cosplay</b>			
Según Jux (2014) el cosplay es una forma de expresión artística en la que los aficionados se visten y caracterizan para parecerse a los personajes de videojuegos que admiran.	4	4	4
<b>Música</b>			
De acuerdo con Jux (2014) los aficionados han tomado la iniciativa de producir diversas canciones de gran éxito inspiradas en el juego en sí o	4	4	4

en sus personajes. En ocasiones, estas canciones son reinterpretaciones de éxitos populares.			
--	--	--	--

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke at the bottom.

**DNI: 10344215**