



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE COMUNICACIONES

PROGRAMA ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

El videojuego Cyberpunk 2077 como herramienta para motivar la compra de los jóvenes

limeños.

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Comunicación y Publicidad

AUTOR(ES)

Hart Ponce, Anges Ximena ([0000-0001-7059-7285](tel:0000-0001-7059-7285))

ASESOR

Gallardo Echenique, Eliana Esther ([0000-0002-8524-8595](tel:0000-0002-8524-8595))

Lima, 15 de diciembre de 2021

El Videojuego Cyberpunk 2077 como Herramienta para Motivar la Compra de los Jóvenes Limeños

RESUMEN

Los videojuegos son un tema interesante de estudio porque el mercado es bastante grande y llama la atención de miles de personas al año, por lo que son utilizados como objeto de estudio para diversos campos. Este estudio tiene como finalidad utilizar al videojuego Cyberpunk 2077 para analizar cómo el *Storytelling* en el tráiler publicitario, provoca una influencia en los consumidores *gamers* y los lleva a generar una motivación de compra. Esta investigación desarrolla el paradigma interpretativo con una metodología cualitativa. El diseño es de carácter biográfico narrativo en el cual se escogen, con la técnica de muestreo por conveniencia, a hombres y mujeres de 18 a 24 años de edad que sean considerados *regular-gamers*, para formar parte de entrevistas semi-estructuradas con el fin de recolectar información necesaria para el estudio. Los resultados encontrados en el estudio dan a entender que el *Storytelling* del tráiler es importante para el consumidor *gamer*, sin embargo, no es la fuente de decisión final, ya que ellos recurren a reseñas y videos sobre el producto. Por lo que, podemos concluir que el *gamer* es de los que prefiere investigar a profundidad los aspectos del videojuego, ya que supone una inversión de dinero y tiempo; algo que los *regular-gamers* tienen muy presente antes de realizar alguna decisión.

Palabras clave: *Storytelling*, Videojuegos, Publicidad, Narración.

The Cyberpunk 2077 Video Game as a Tool to Motivate the Purchase of Young Limeños

ABSTRACT

Videogames are an interesting subject of study because the market is quite large and draws the attention of thousands of people a year, which is why they are used as an object of study for various fields. The purpose of this study is to use the Cyberpunk 2077 video game to analyze how Storytelling in the advertising trailer causes an influence on gamers consumers and leads them to generate purchase motivation. This research develops the interpretive paradigm with a qualitative methodology. The design is of a narrative biographical nature in which, with the convenience sampling technique, men and women between 18 and 24 years of age who are considered regular-gamers are chosen to take part in semi-structured interviews in order to collect information necessary for the study. The results found in the study suggest that the Storytelling of the trailer is important for the gamer consumer, however it is not the source of final decision, since they resort to reviews and videos about the product. So we can conclude that the gamer is one of those who prefers to investigate in depth the aspects of the video game, since it involves an investment of money and time; something that regular-gamers keep in mind before making a decision.

Key words: Storytelling, Video Games, Advertising, Narration.