

# ESTUDIO DE LOS GUSTOS Y NECESIDADES DEL CONSUMIDOR FUTURISTA DEL DEPARTAMENTO DE RISARALDA

Shirley Arias Ríos\*

Patricia Rodríguez\*\*

## Resumen

**Introducción:** para el diseñador de modas entender en detalle las distintas culturas urbanas que surgen en el mundo, es un insumo que le permite hacer propuestas de colecciones acordes con las necesidades reales de la población. Con este estudio etnográfico se busca conocer a profundidad la cultura urbana de los Friki Gamer Online, personas dedicadas y aficionadas a los juegos en línea, que buscan adrenalina, dependiendo del tipo de videojuego al que se inclinen.

**Metodología:** investigación cualitativa de corte etnográfico, donde el investigador emplea diferentes estrategias como encuesta, observación participante, entrevista a profundidad, registro fotográfico, con el fin de conocer el comportamiento, gustos y expectativas de este grupo poblacional.

**Resultados:** se espera presentar una propuesta de vestuario enfocada a satisfacer las necesidades de la cultura urbana de los Friki Gamer Online o ‘usuario virtual’, a través del conocimiento a profundidad de este grupo.

**Palabras clave:** cultura urbana, friki gamer online, comunidad virtual, videojuego, diseño de modas, etnografía.

\* Estudiante del Semillero de Investigación IMAPRODI del Programa Diseño de Modas de la Fundación Universitaria del Área Andina de Pereira.

\*\* Tutor Semillero de Investigación IMAPRODI, Docente Metodología de la Investigación Programa Diseño de Modas, Fundación Universitaria del Área Andina de Pereira.

# STUDY OF THE TASTES AND NEEDS OF THE FUTURISTIC CONSUMER IN THE STATE OF RISARALDA

## Abstract

**Introduction:** *for the fashion designer to understand in detail the different urban cultures that arise around the world, it is a raw material, which allows him or her to make proposals of collections according to the real needs of the population. The goal of this ethnographic study, is to get to know in depth, the urban culture of the Friki Gamer Online, people dedicated and fans of playing games on line, that are looking for adrenaline, depending on the type of videogame that they are inclined to.*

**Methodology:** *qualitative ethnographic investigation, where the investigator uses different strategies such as surveys, participating observation, interviews in depth and photographic registry in order to learn the behavior, tastes and expectations of this population group.*

**Results:** *it is expected to present a wardrobe proposal, focused towards satisfying the needs of the urban culture of the Friki Gamer Online or “virtual user”, through a thorough knowledge of this group.*

**Keywords:** urban culture, friki gamer online, virtual community, videogames, fashion design, ethnography.

## Introducción

Friki gamer online es una comunidad virtual que disfruta de los juegos en línea, donde cada quien adopta un personaje hasta llegar a formar una conexión afectiva fuerte, por lo cual deciden dedicarle en promedio de 4 a 6 horas diarias a su mismo yo en un plano 3D. El deseo de competir, aprender del videojuego, volver grande su personaje, los induce a que esta actividad sea una necesidad diaria.

Este grupo virtual aprecia el arte y la cultura (en cada videojuego se desarrollan estos conceptos), afición que les complementa la vida real pues el mundo y la vida virtual a través de la red les proporciona un sin fin de alternativas que posiblemente en el entorno no las podrían tener, convirtiéndose así en una cultura, porque refleja un estilo de vida original que puede llegar a ser expresado a través de una forma de vestir particular (Manual del Jugador Dotro 1999).

Según los doctores en Ciencias Sociales Germán Muñoz G. y Rossana Reguillo Cruz se considera este grupo como cultura. El primero recoge en su trabajo otros autores que lo definen como Cultura Juvenil y la segunda los caracteriza; desde el punto de vista de tribus urbanas los Sociólogos Michel Maffesoli y Marcelo Gamero Aliaga, las describen.

La revolución de los juegos en red ha desarrollado en ellos motricidad fina, destreza, habilidad en competencia y sobrevivencia en plano virtual, aún así este método de juego es efectivo para ganar dinero mediante consignación bancaria. El interactuar con otras personas existentes en el mundo hace de estos juegos de rol una fase muy importante

para la comunidad de jugadores virtuales<sup>1</sup>, llegando a ser un grupo con características particulares, que se vuelve un atractivo nicho de mercado para un Diseñador de Modas.

El objetivo que persigue el estudio al caracterizar el estilo de vida de los Friki Gamer Online de Risaralda, es tener herramientas que permitan crear una colección masculina que cumpla con las necesidades y preferencias de vida virtual de este grupo.

Para la construcción del estado del arte de esta investigación se consultan diferentes fuentes, tales como bases de datos especializadas: proquest, e-libro e ICSI (informe de sensibilidades y conceptos de moda de INEXMODA), encontrando que no existen estudios sobre este grupo poblacional, y mucho menos en el campo del Diseño de Modas.

Se desarrollará una investigación cualitativa fundamentada en la etnografía, por su naturaleza eminentemente descriptiva, para captar la cultura de un determinado grupo natural de personas con énfasis en sus valores, creencias, motivaciones, anhelos y formas de conducta e interacción social<sup>2</sup>.

## Materiales y métodos

Línea de investigación: estudio de los gustos y necesidades del consumidor.

Tipo de estudio: cualitativo de corte etnográfico.

Unidad de análisis: la comunidad Friki Gamer Online de Risaralda.

Unidad de trabajo: 40 miembros de la comunidad Friki Gamer Online de Risaralda.