



Diseño de libro electrónico interactivo como rescate patrimonial de los elementos de usabilidad en los videojuegos desarrollados en Chile publicados en la plataforma de Steam entre los años 2017-2018.

Proceso de Diseño de libro electrónico interactivo como rescate patrimonial de los elementos de usabilidad en los videojuegos desarrollados en Chile en la plataforma de Steam entre los años 2017-2018.

Proyecto de Título de Diseño.

Estudiante: Matias René Loyola Valencia

Profesor Guía: Juan Carlos Lepe M.

XIV Semestre, Carrera de Diseño Gráfico.

Dicembre 2021.



Start Vault

Diseño de libro electrónico interactivo como rescate patrimonial de los elementos de usabilidad en los videojuegos desarrollados en Chile en la plataforma de Steam entre los años 2017-2018.

Informe de Proyecto de Título
Por Matias Loyola Valencia

Abstract

La presente investigación y proyecto de carácter cualitativo se enmarcan dentro de lo que es el proceso de titulación de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Chile. El conjunto aborda como temática principal el diseño de los elementos de usabilidad utilizados en los videojuegos producidos en Chile dentro de un período específico para la plataforma de Steam¹ (PC). Esto es llevado a cabo a partir de entrevistas a gente relacionada de forma directa e indirecta al mundo de los videojuegos y la realización de una observación participante a los videojuegos seleccionados, además, se realiza una revisión a bibliografía referente a la teoría del juego, sobre la usabilidad, del videojuego como fenómeno y su historia en nuestro país, con la finalidad de rescatar este patrimonio visual y realizar un aporte las disciplinas del diseño gráfico y del diseño de videojuegos.

Se genera una categorización y sistematización de los elementos presentes en las muestras a partir de criterios curatoriales basados desde la perspectiva del diseño gráfico, comprendiendo sus respectivas marcas corporativas, posibles referentes, temáticas, mapas de pantalla, tipos de interfaz, composiciones, jerarquías visuales, funciones, interacciones, composiciones morfológicas, color, tipografía y análisis general de la usabilidad del videojuego.

El producto final contempla la creación de un libro electrónico digital interactivo el cual contempla los criterios mencionados anteriormente. Adicionalmente, dentro del informe se detallarán los procesos, observaciones, conclusiones y proyecciones del proyecto, en conjunto de anexos con las entrevistas y un glosario con términos relevantes.

Conceptos clave:

Diseño Gráfico, Diseño de Interfaces, Diseño de Videojuegos, Patrimonio, Usabilidad, Videojuego Chileno.

1. Steam: plataforma de distribución digital de videojuegos para la plataforma de PC y es desarrollada por Valve Corporation. Fue lanzada en septiembre de 2003 como una forma para Valve de proveer actualizaciones automáticas a sus juegos, pero finalmente se amplió para incluir juegos que no son de Valve sino de terceros.

Índice

1	Introducción	10
2	Apectos Iniciales	11
2.1	Área de Investigación	11
2.2	Antecedentes	11
2.3	Oportunidad de Investigación	14
2.4	Identificando el Problema	14
3	Plateamiento del Proyecto	15
3.1	Definición del Problema	15
3.2	Justificación	15
3.3	Importancia del Proyecto	15
3.4	Objetivos Generales y Específicos	16
3.5	Preguntas Clave	16
4	Hacia un Marco Teórico	17
4.1	Literatura	17
4.2	Marco Teórico	24
5	Metodología	27
5.1	Enfoque de la investigación	27
5.2	Clasificación de Informantes	27
5.3	Estudio Cualitativo	28
5.4	Criterios para la categorización y sistematización de casos	34
5.4.1	Marcas/Estudios/Publishers	34
5.4.2	Experiencia de Juego	36
5.4.3	Tipos de Interfaces	36
5.4.4	Extracción y clasificación de elementos	38
5.4.5	Estructura básica de análisis	41

6	Etapa Proyectual	47	9	Bibliografía	96
6.1	Descripción	47	9.1	Libros	96
6.2	Usuarios	47	9.2	Conferencias	96
6.3	Contexto de uso	48	9.3	Sitios Web	97
6.4	Contexto del proyecto	48	9.4	Documentos	98
6.5	Plan de trabajo	49	9.5	Podcasts	98
6.6	Recursos	51	9.6	Video	98
6.6.1	Humanos	51			
6.6.2	Tecnológicos	52	10	Agradecimientos	99
6.6.3	Software	52			
6.6.4	Presupuestos	54	11	Anexos	100
6.7	Línea de tiempo	57	11.1	Entrevistas Completas	100
7	Proceso Creativo	58			
7.1	Generación de Contenido	58			
7.2	Creación del código visual	60			
7.3	Organización de Archivos	62			
7.4	Revisión del material obtenido de la Observación Participante	65			
7.5	Creación de marca	67			
7.6	Paleta de colores	73			
7.7	Dimensiones y diagramación	75			
7.8	Creación de los elementos de la publicación	81			
7.9	Creación del material complementario	84			
7.10	Elección tipográfica	87			
7.11	Diseño de portadas	89			
7.12	Libro electrónico	92			
7.13	Creación de portal web/Publicación	93			
8	Conclusiones	95			

1 Introducción

En este informe se documenta el desarrollo del proyecto Start Vault, este tiene como objetivo crear una antología, en formato digital estilo publicación digital interactiva, sobre los elementos de usabilidad presentes en los Videojuegos hechos en Chile, a razón de esto se seleccionaron títulos presentes dentro de la plataforma de Steam (PC), siendo esta una plataforma común y de fácil acceso. Se seleccionaron ocho títulos los cuales son diseccionados en aspectos generales, branding y secciones, para luego generar una selección de los distintos elementos de usabilidad presentes, siendo catalogados y analizados según función dentro del juego.

En base al contenido trabajado, se desarrolló un contenido gráfico multimedia y analítico correspondiente, en donde se desarrolló diseño editorial, infografías, uso tipográfico, producción de contenido de video, edición gráfica y programación. Todo en sentido de lograr observar a detalle el contenido desarrollado en la escena chilena en comparación con la escena global y crear un precedente de estas decisiones que sirva de material referencial para futuros proyectos en la creación de videojuegos.

El proyecto en sí se trata de una publicación digital con elementos interactivos y multimedia que realiza el empleo de técnicas como el rescate, selección, edición y restauración de piezas de patrimonio gráfico encontrado en los juegos; se genera también contenido escrito, visual y audiovisual, mediante la transcripción de entrevistas a desarrolladores, creación de trabajo vectorial y rasterizado en la

extracción y edición del contenido, además del trabajo del desarrollo editorial en donde entra material de autoría propia, creación de patrones, layout y diseño de interfaz y navegación dentro de la publicación.

2 Aspectos Iniciales

2.1 Área de Investigación

Se enmarca dentro en el estudio del patrimonio gráfico dentro de los videojuegos creados en Chile, con un enfoque en los elementos de usabilidad empleados, brindando una mirada desde el diseño sobre las características y funciones de dichos elementos presentes.

2.2 Antecedentes

A. Juego:

Huizinga² (1938) define al juego como un hecho que ocurre fuera del “ordinario” de la vida y como algo “no serio”. En donde los participantes consumen su tiempo sin ningún interés material o monetario que puedan obtener de él. La actividad define su propio espacio y reglas durante su duración y que incentiva a crear grupos sociales que crean sus propios mundos, alejándose del mundo real o común.

Caillois³ (1958) define al juego como un acto de escape de la realidad, una actividad no productiva cuyo único objetivo es divertirse para este, se crea un “espacio puro” apartado de la realidad con sus propias dimensiones y reglas que pueden distanciarse de aquellas que rigen la vida común, este espacio es creado y definido por un acuerdo entre los participantes de forma escrita, implícita o verbal. El juego se preserva como tal siempre y cuando los participantes sean libres dentro del espacio de juego, en el momento en el que un participante deja de sentirse libre de participar y actuar, este para de jugar. Lo que

ocurre dentro del espacio de juego siempre va por el principio de la aleatoriedad en donde no hay final predecible.

Los juegos de azar los define como un acto diferente en el cual la búsqueda no posee como objeto la diversión, sino que, el placer en apostar, mientras que, a los juegos competitivos los define como obligaciones o trabajos, haciendo en ambos casos una distinción entre estos tipos de “juegos” y el juego en sí.

Crawford⁴ (2003) describe al juego como algo que posee múltiples condiciones las cuales seguir para definir al juego como tal y cuyo primer nivel inicia desde la expresión creativa; si esta tiene como propósito apreciar su belleza, es arte, si esta expresión es con el objetivo de ganar algo, es entretenimiento; si el entretenimiento no es a través de un “medio tangible” este es no-interactivo (como el cine o las obras de teatro), si posee un medio, es interactivo; si algo interactivo no tiene objetivos los cuales lograr, se le considera un juguete (un juguete puede tener un objetivo pero este se le otorga el que lo manipula en lugar de tener uno de forma natural), si tiene objetivos, se le considera un desafío; si un desafío no tiene un elemento que compite activamente en contra del usuario (se le considera como algo subjetivo y es aplicado a algo con su propia estrategia y objetivo en lugar de seguir un patrón predefinido) se le considera un puzzle; si posee un elemento contrario, se le considera un conflicto; si en un conflicto solo se compite sin poder afectar al rendimiento del opositor se le considera una competencia, si se puede interferir, se le considera como un juego.

2. Huizinga: Johan Huizinga (1872 - 1945) fue un filósofo e historiador holandés.

3. Caillois: Roger Caillois (1913 - 1978) fue un sociólogo e intelectual francés.

4. Crawford: Chris Crawford (Texas, 1950) es un escritor, diseñador y programador de videojuegos estadounidense.

La descripción de Crawford es más aplicable a la definición del juego visto como producto, al mismo tiempo, proporciona una visión detallada de qué diferencia al juego del resto de medios de entretenimiento.

B. Videojuego:

El “videojuego” en sí, es un término elusivo y que realmente no tiene un origen definido, hay múltiples teorías de donde pudo aparecer, pero no van más allá de ser suposiciones. De la misma manera, al igual que múltiples términos en el desarrollo de videojuegos, el término en sí también se conforma como un acuerdo llevado de manera natural para referirse a este fenómeno, pero al que nadie le ha dado una definición como tal. Podríamos definir a un “videojuego” como: “un medio interactivo digital que presenta condiciones de victoria y derrota que conllevan a un final”. Esto hace relevante la definición del “juego” de Crawford en donde sus condicionantes propuestas pueden ayudar a describir en cierta parte al “videojuego”.

A la fecha, en el año 2021, aún el término es nebuloso. Esto ha marcado dificultades inclusive en conflictos de intereses entre compañías como en septiembre entre Apple y Epic Games⁵, conflicto en donde nadie pudo definir “qué es un videojuego” dejando el caso paralizado temporalmente hasta que la jueza del caso, Yvonne Rogers, tuvo que dar una definición rápida al término para poder continuar con el caso. Rogers⁶ define a un videojuego de esta manera:

“Como mínimo, los videojuegos aparentemente requieren de algún nivel de interacción o intervención entre el jugador y el medio, en otras

palabras, un videojuego requiere a un jugador que pueda dar algún nivel de comando o elección que se refleja en el juego mismo. Esta definición del juego contrasta con otras formas de entretenimiento, que generalmente los consumidores disfrutan de manera pasiva (películas, televisión, música). Los Videojuegos además son por lo general son reproducidos o animados gráficamente, puesto en oposición a ser grabado en tiempo real o por captura de movimiento como se hace en la películas y televisión. Más allá de este mínimo, el mercado de los videojuegos aparenta ser altamente ecléctico y diverso.”

C. Game Feel:

Concepto acuñado por Steve Swink⁷ en su libro y sitio web del mismo nombre, publicados en el 2008. En el libro se habla del desarrollo de videojuegos no desde el entorno del código, si no, en el ámbito de la percepción, de qué hace un juego sentirse como un juego, “The Game Feel”, para esto hace uso durante el texto, la integración de un sitio web que sirve para complementar los conceptos tratados de una manera más didáctica. En el libro argumenta que la percepción del juego, la conexión que realiza con el usuario final es lo que termina por hacer al juego obtener la inmersión del jugador y que debe ser considerada encarecidamente. Bajo estos principios propone una triada de elementos que el autor considera que todo juego debe tener como mínimo uno de estos elementos o la combinación de dos o más de ellos para conseguir el elusivo “Game Feel”; Control en tiempo real, Simulación espacial y Pulido. Estos tres bloques posteriormente sirven como base para la taxonomía que el autor propone como los “Principios del Game Feel”:

5. Caso “Free Fortnite” (Apple vs Epic Games) (2020 - 2021), caso en donde ambas compañías discutían sobre los términos de para realizar transacciones en la AppStore (Apple), en donde Epic Games denuncia a Apple de malas prácticas al no permitir transacciones que no sean mediadas por Apple, tomando un porcentaje de la transacción.

6. Rogers: Yvonne Gonzalez Rogers (Texas, 1965) es Jueza para el distrito norte de California y tuvo a cargo el caso “Free Fortnite”.

7. Steve Swink: Steve Swink es un diseñador independiente de videojuegos, autor y profesor estadounidense.

- Resultados predecibles: Cuando el jugador realiza una acción, este recibe una respuesta consecuyente y esperada.
- Respuesta instantánea: La respuesta a las acciones de los jugadores se siente inmediata.
- Sencillo pero profundo: Estipula que el juego sea fácil y rápido de aprender, pero tome tiempo y dedicación para perfeccionar.
- Novedoso: Tomando en cuenta de que los resultados de las acciones sean predecibles, debe haber suficiente sutileza y expresividad en las respuestas para que los controles se sigan sintiéndose cómodos y refrescantes durante horas de juego.
- Respuesta atractiva: La sensación de control debe ser atractiva estéticamente y convincente. Indiferente del contexto.
- Movimiento Orgánico: Apela a los principios de la animación, en donde controlar el avatar cree arcos de movimiento que sean atractivos.
- Harmonía: Se refiere a que cada uno de los elementos de la sensación del juego apoye a la formación de una cohesiva percepción de una realidad física única para el jugador. Una inmersión.

D. Usabilidad:

Nielsen⁸ (2012) define a la usabilidad como un atributo de calidad en respecto en cuán fácil es el uso las interfaces de usuario. Al mismo tiempo, la “usabilidad” se refiere a métodos para mejorar “la facilidad de uso” de las cosas durante su proceso de diseño. Dentro de qué define a la “usabilidad”, Nielsen la definió con 5 componentes que miden su calidad:

- Aprendizaje: ¿Qué tan sencillo es para los usuarios completar tareas al utilizar el diseño por primera vez?
- Eficiencia: ¿Qué tan rápido pueden los usuarios realizar las tareas una vez que aprenden el diseño?
- Memorabilidad: ¿Qué tan rápido pueden los usuarios recuperar la eficiencia luego de regresar al diseño después de un período de tiempo?
- Errores: Cuando se comete un error; ¿Cuántos errores cometen? ¿Qué tan severos son los errores? ¿Cuánto se demoran en recuperarse?
- Satisfacción: ¿Qué tan satisfactorio fue el uso de diseño?

También estipula que la “usabilidad” es de igual importancia que la “utilidad”, debido a que la “utilidad” define si algo cumple su propósito, mientras que la “usabilidad” se define en cuán fácil y placentero es usar las funciones de algo. Cuando ambos conceptos se combinan se crea algo “útil”.

E. Patrimonio Gráfico:

Definición del Patrimonio según la RAE⁹: “1. Hacienda que alguien ha heredado de sus ascendientes. 2. Conjunto de bienes y derechos propios adquiridos por cualquier título.”

Bajo estas definiciones podemos definir al Patrimonio Gráfico como: “Conjunto de bienes conformado por imágenes visuales, los cuales son heredados por las generaciones venideras.”

8. Nielsen: Jakob Nielsen (Denmark, 1957) es un consultor de usabilidad web y investigador sobre la interacción entre humano-computador de nacionalidad danesa. También es el cofundador del grupo Nielsen Norman Group, grupo de consultoría e investigación de UX.

9. RAE: Real Academia Española, institución cultural dedicada a la regularización lingüística mediante la promulgación de normativas dirigidas a fomentar la unidad idiomática dentro y entre los diversos territorios.

2.3 Oportunidad de Investigación

La historia de Chile con los videojuegos se retoma desde la década de los 80 con la introducción de los arcades y se masifica durante los 90's en adelante gracias a la piratería que permitió al videojuego como una de los medios de entretención con mayor alcance entre las juventudes. Durante el nuevo milenio, el alcance de la industria siguió escalando de manera incontrolable dando como testamento de que estaría para quedarse con la celebración de la WCG¹⁰ 2012 (World Cyber Games) en Chile y el debut de la Festigame¹¹ 2012 como uno de los eventos anuales de la industria hecho en Chile.

En el ámbito del desarrollo se demostraban interés desde la misma década de los 80 con el desarrollo de software educativo para las plataformas Atari¹², pero no es hasta el 2010 con la fundación VG Chile¹³, que el desarrollo específicamente de videojuegos se solidifica y comienza su profesionalización. A finales de la década de los 2010, el interés por el desarrollo y la integración del videojuego como producto ha visto un crecimiento acelerado que solo indica que irá en crecimiento durante los próximos años. Nuevos proyectos están creándose a diario desde la escena independiente con minijuegos o desde la escena de los estudios con grandes proyectos, en donde ya se puede comenzar a ver a algunos estudios que están desarrollando una presencia mayor a nivel nacional sentando un estándar del videojuego premium chileno y al mismo tiempo creando su lugar dentro de la escena global de la industria

2.4 Identificando el Problema

Con una industria que solo va en crecimiento generando cada vez más material visual, además de la naturaleza de la escena de hoy en día en que lo digital permite que el contenido de un juego sea líquido en donde los elementos presentes de hoy pueden ser completamente distintos a los elementos del parche de mañana nos hace preguntarnos: ¿En dónde queda todo ese material? La liquidez de los videojuegos en formato digital es tal que es posible que un día el juego no se encuentre más en sus respectivas plataformas y estos desaparezcan, muchas veces olvidado en los almacenamientos de los desarrolladores y en las capturas de pantalla o archivos, de aún poseerlos, de los usuarios que jugaron en su época.

10. WCG: World Cyber Games es un torneo anual de eSports que se desarrolla a través del mundo, fue inaugurado en el 2000 y sigue hasta al fecha.

11. Festigame: es una feria chilena anual dedicada al mundo de los videojuegos, siendo este el más grande evento de la industria en el país. El evento fue inaugurado en el 2012 con su última versión en el 2019 y suspendido por la pandemia.

12. Atari: compañía de videojuegos de origen estadounidense fundada en el 1972.

13. VG Chile: Video Games Chile es la asociación gremial de desarrolladores de videojuegos más grande de Chile, fue fundada en el 2010.

3 Planteamiento del proyecto

3.1 Definición del problema

No existe un registro el cual rescate y analice desde el punto de vista del diseño gráfico los videojuegos desarrollados en Chile, los cuales son uno de los nuevos medios de expresión gráfica, que relatan la historia de este medio de entretenimiento interactivo y su influencia en la cultura en nuestro país.

3.2 Justificación

Desde la llegada de los primeros arcades y consolas, el videojuego se ha convertido en uno de los medios de entretenimiento predilectos por los chilenos, al punto de que se convirtieron en parte de la cultura en donde hasta la juventud de los 90's ya sabía sobre los clásicos como Super Mario o Sonic sin siquiera haberlos jugado. Si consideramos que el videojuego de arcade tuvo su masificación global en los inicios de los 70's, podemos asumir que Chile estuvo entre las primeras generaciones "gamer".

Esto nos deja a una escena nacional con una presencia de influencia histórica de toda la industria, desde sus inicios hasta hoy en día. Por ello mi elección, en búsqueda de observar, registrar y publicar el aspecto gráfico de este medio, las soluciones a las que llegaron en usabilidad para lograr una inmersión del jugador, ejercicio en el que posiblemente se encuentre una muestra variada de la fusión entre lo "clásico con lo nuevo", creando una instantánea del estado de la escena en un tiempo dado.

El rescate de este patrimonio permite ver la historia de la escena del videojuego chileno, conocer sus referentes y crear un repositorio el cual sirva como material referencial para futuros proyectos, explicado en una mezcla de manera directa, con menciones de la jerga de la escena junto a terminologías de la disciplina del diseño.

3.3 Importancia del proyecto

El proyecto tiene relevancia no solo para el videojuego chileno como referencia de archivo y visual para futuros proyectos, sino que, por igual para el diseño gráfico nacional en los siguientes puntos:

A. Participación del diseñador en industrias en desarrollo:

El diseñador siempre se ha encontrado con relación a la industria del entretenimiento, ya sea el cine, música o publicidad, siendo los videojuegos una de las áreas del entretenimiento que rápidamente se está convirtiendo en líder dentro de sus pares a nivel global y de la cual los diseñadores no deberían quedar fuera. Se considera relevante la participación del diseñador gráfico durante el desarrollo de videojuegos con el fin de demostrar los beneficios que puede aportar dentro de su capacidad como comunicador en llegar a los resultados deseados de usabilidad.

B. Definir el estado de la escena:

Se busca levantar el estado del arte de los elementos de usabilidad presentes en los videojuegos chilenos, creando un sistema que expone lo que se puede esperar en las producciones nacionales en puntos específicos de su historia. La creación de un marco referencial de estos elementos habilitará una forma rápida de referencia para

futuros proyectos y análisis con respecto al campo.

C. Expandir el conocimiento hacia los nuevos medio digitales:

El desarrollo de videojuegos es la disciplina de hacer experiencias activas y comprender como estas usan los distintos aspectos de la comunicación para entablar una interacción con el usuario es valioso no solo en el ámbito de los videojuegos, si no que al igual en los diversos medios digitales que requieran de la participación del usuario. En términos de relevancia para el diseñador gráfico de la Universidad de Chile, se considera como relevante para el desarrollo del aspecto de los medios digitales. En la actualidad de la universidad, el desarrollo de videojuegos es algo que es discutido y enseñado en ciertos talleres, aunque sea de manera ligera. El perfil de egreso del Diseñador de la Universidad de Chile, debe tomar en consideración los nuevos medios interactivos digitales que posiblemente dominen la industria en los próximos años.

El desarrollo de videojuegos se resuelve como una forma más de hacer narrativas, pero de manera interactiva y lúdica, esta relación de compromiso que realiza el producto con el usuario a través de estas características es posiblemente la clave de cómo se generaran las nuevas experiencias interactivas, el domino de la “gameficación”¹⁴ y el “Game Feel” son elementos claves para esto. El diseñador egresado deberá estar informado, instruido y preparado sobre estos temas a futuro para dar soluciones a las distintas problemáticas que se presenten con un expertise crítico, reflexivo y un liderazgo pertinente a estos nuevos medios ya se encuentre en los ámbitos de educación como los e-Learning o experiencias interactivas como la “Realidad aumentada”.

3.4 Objetivos

Generales:

- La creación de un sistema de clasificación y análisis de la escena del videojuego chileno dentro del periodo del 2017-2018, creando un patrimonio digital que permita la difusión y el archivo para referencia del videojuego chileno a través de la disección de sus elementos de usabilidad, junto a su respectivas fortalezas y debilidades.

Específicos:

- Identificación de los elementos a diseccionar y analizar dentro de los sujetos de investigación seleccionados.
- Determinar, a través de los hallazgos, el rol del diseño gráfico en la creación e implementación de dichos elementos a nivel nacional con el fin de determinar los objetivos de desempeño de estos.
- Definir categorías en las cuales dichos elementos presentan influencia en la experiencia del producto final.

3.5 Preguntas Clave

¿Qué aspectos del diseño gráfico se asemejan o son empleados en el desarrollo de videojuegos nacional y en qué medida?

¿Cómo el empleo del diseño gráfico puede afectar en el Game Feel de un videojuego?

¿Cuál es la relación que mantiene el diseño gráfico con la escena del videojuego nacional?

14. Gameficación: estrategia de negocio que incorpora a las actividades de no-juego, elementos y mecánicas de los juegos para involucrar, motivar y conducir el comportamiento de una forma más lúdica.

4 Hacia un Marco Teórico

En la formación del Marco Teórico para la investigación, se lidia con un desafío particular en donde el tópico central, el videojuego, es un término aún abstracto a la fecha del documento por lo que, se ven textos con respecto al fenómeno en sí, pero a su vez, para obtener una visión más clara se consultaron textos en relación al concepto del juego, pasando por publicaciones relacionadas con el marketing y la formación de servicios, hasta textos sobre la usabilidad junto a artículos en la web.

4.1 Literatura

Se realiza una revisión de lecturas para fines de ampliar los temas de la investigación. Las lecturas seleccionadas tienen relación con la teoría del juego, el fenómeno del videojuego, la usabilidad y posicionamiento para comprender la escena nacional con la internacional.



The Design of Everyday Things

Autor: Don Norman

Año: 2013

Editorial: Basic Books

Abstract

Libro que fue por primera vez publicado en 1988 y se ha ido actualizando edición tras edición a los tiempos modernos.

En esta publicación el autor se centra en los aspectos psicológicos a considerar en la usabilidad de los productos y cómo estos deben traducidos y aplicados en el diseño de estos. El autor propone que el uso correcto de la usabilidad en el diseño de productos es clave en cuánto si estos llegan satisfacer completamente la necesidad de los usuarios o no, en donde estipula que en muchas ocasiones no es culpa del usuario no saber utilizar completamente un electrodoméstico, sino, es culpa del creador de este el que, muchas veces de manera no intencionada, diseña el objeto para él y no para el público objetivo creando una desconexión entre las funciones del aparato y el usuario.

El diseño de los objetos tiene que tomar en cuenta la psicología y las necesidades posibles del usuario en donde el creador debe ponerse en los zapatos de este y no en los propios. Esto se debe a que, como creador, uno se encuentra consciente de la capacidades y funciones del objeto lo que influye en el momento de otorgarle forma o crear su interfaz, creando barreras al uso del producto que solo alguien con conocimiento previo de todo lo que puede ofrecer puede atravesar de forma eficiente.

La creación y diseños de los productos deben ser familiares, intuitivos para que el usuario pueda usar la totalidad de este sin mayor esfuerzo, pero a su vez se debe cuidar el sentido de familiaridad, cuidando que toda forma tenga un propósito definido. Descuidar aspectos de un producto como el dejar una superficie plana horizontal sin utilizar, hacen muy probable que el usuario le dé un nuevo propósito convirtiéndolo en una estantería por mero instinto.



Game Feel

Autor: Steve Swink.

Año: 2009

Editorial: Elsevier

Abstract

El desarrollador de videojuegos independiente Steve Swink presenta una publicación multimedia en la cual discute sobre el desarrollo de videojuegos desde el aspecto de la percepción, qué hace un videojuego, un videojuego y cómo se logra la inmersión del jugador dentro de este mundo.

Para esto el autor propone el concepto de “Game Feel” basándose en lo etéreo que es el desarrollo de juegos y en conceptos claves que puedan definir de forma más clara qué podemos entender lo que es esa sensación. Propone que la inmersión del jugador dentro del mundo del videojuego es esencial para que este se pueda definir como tal y esta sensación de inmersión se logra a través de métodos que le den al jugador un lugar dentro de estos mundos.

Los conceptos principales para llegar al Game Feel son: el Control en tiempo real en donde todo debe responder como se espera que responda cuando el jugador realiza acciones. La Simulación espacial es cuando el mundo del videojuego posee espacialidad la cual es explorable a través de las acciones del jugador. El Pulido se refiere al nivel de cuidado que tiene el aspecto técnico en donde se cuida que no haya imperfecciones en la dirección de arte o errores que puedan recordarle al jugador que se encuentra en un juego. En base a estos

tres conceptos propone una taxonomía con el título de “Principios del Game Feel” para acotar aún más el concepto.



Posicionamiento: la Batalla por tu Mente

Autores: Jack Trout y Al Ries.

Año: 2002

Editorial: McGraw-Hill

Abstract

Libro de publicidad centrado en el concepto del posicionamiento. En este, los autores realizan una descripción de los conceptos esenciales para entender el concepto del posicionamiento y las estrategias de publicidad que conviene tomar.

Se realiza un énfasis en el que el posicionamiento de una marca va sobre el producto en sí, en donde encontrar el nicho en la mente del consumidor es lo más relevante, esto es aún más relevante en una sociedad moderna en la cual, la sobreexposición a la información provenientes de los medios de comunicación y redes sociales hacen que la competencia sea más ardua y la relevancia de un posicionamiento, aún mayor.

Los autores estipulan que ninguna marca está aislada de la otra y todas comparten un ecosistema en donde sus acciones están medidas en torno a las acciones del resto por lo que, el posicionamiento requiere de la competencia. Dicho esto, es allí en donde las empresas deben comenzar a buscar su lugar en los “huecos” dejados por la competencia de manera que sea posible ofrecer un producto o servicio que se distinga del resto y entrar al mercado sin importar el tamaño de la empresa.

En orden de ejemplificar, se presenta dentro del texto múltiples ejemplos, tanto exitosos como fallidos, con un análisis detallado de cómo llegaron a tales puntos junto a feedback de qué se pudo hacer distinto.



Man, Play and Games

Autor: Roger Caillois

Año: 1958

Editorial: University of Illinois Press

Abstract

El libro es un estudio sobre el jugar, los juegos y cómo estos han afectado a la sociedad convirtiéndose en partes de la vida cotidiana. Basándose en el trabajo de Johan Huizinga con respecto al concepto de juego en su libro Homo Ludens, el autor complementa y amplía el concepto con características que den una lista de requisitos para que algo sea clasificado como un juego.

Caillois caracteriza y clasifica los aspectos del juego y los divide en dos grandes categorías que se diferencian según su intencionalidad final: los juegos con reglas y los juegos libres, a estas categorías le atribuye además distintas formas de juego según su clasificación y que estas pueden combinarse con otras creando nuevas formas de juego. Con sus estipulados presenta casos a través de la historia en los cuales las formas de juego pueden ser un factor relevante en la evolución de las culturas, volviéndose integrales para el desarrollo de la sociedad y que su integración llevada al extremo puede corromper el objetivo único de la diversión introduciendo motivos secundarios.

Usability 101: Introduction to Usability

Autor: Jakob Nielsen

NN/g

Año: 2012

Rescatado de: <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability>

Abstract

Artículo breve en el cual el autor realiza una introducción al concepto de la usabilidad con un enfoque en su aplicación en la web. El autor define el concepto como un atributo de calidad que evalúa qué tan fácil son de usar las interfaces y lo considera como algo esencial para la supervivencia en el mundo digital en donde el uso de la usabilidad define si se retendrán o no a los usuarios. Con este enunciado procede a dar los cinco componentes de calidad que se deben considerar para una usabilidad correcta: Aprendizaje, Eficiencia, Memorabilidad, Errores y Satisfacción. Tomando estos componentes se debe considerar también la utilidad de la interfaz; ¿Qué es lo que los usuarios necesitan? En base a esto, estipula que combinando la utilidad y la usabilidad se obtiene algo útil.

Dentro del artículo el autor también da consejos sobre cómo se debe distribuir el presupuesto para usabilidad en un proyecto al igual que muestra metodologías sobre como trabajar la usabilidad de los productos, cómo llevar grupos de estudios, cuáles son las señales de que se debe trabajar en errores de la usabilidad y cómo proceder.

chris crawford
on game design



Chris Crawford on Game Design

Autor: Chris Crawford

Año: 2003

Editorial: New Riders Publishing

Abstract

Texto que abarca el fenómeno del videojuego desde el punto de vista del autor a través de sus años de experiencia en la escena. El enfoque central que se abarca es la interacción del juego con el usuario, usando un formato de “lecciones”, el autor expresa sus ideas sobre la interacción y propone que la interacción es directamente proporcional a la calidad de un juego. Crawford realiza múltiples análisis del diseño de varios videojuegos para especular cuál era la intencionalidad del desarrollador y que el lector pueda a su vez comenzar a inferirlo también. En base a los análisis, propone que los juegos son esenciales para el ser humano, para comprender los conflictos y la relevancia de la interacción en los juegos.

Para una comprensión mayor de los conceptos, dedica los primeros capítulos del libro para definir conceptos recurrentes como el conflicto, los desafíos, la interacción y el jugar, llegando incluso a proponer una serie de requisitos a cumplir para poder definir a un juego como tal.

4.2 Marco Teórico

El juego, un espacio de aprendizaje y de escape

El concepto es algo que podemos asumir como esencial para los seres vivos, es algo que trasciende al ser humano y es observable en casi toda especie, sobre todo en los mamíferos. Siendo descrita como una actividad no-productiva o sin interés por autores como Huizinga y Caillois, es a la vez una actividad que produce conocimiento sobre la vida en sociedad. Las fuentes acuerdan de que el juego es una instancia, un espacio protegido del resto de la realidad en que las reglas se pueden escribir nuevamente según sea el acuerdo y la imaginación de los participantes, su inicio y final son voluntarios y con una finalidad de entretenimiento. El jugar se les atribuye generalmente a los infantes, los cuales aún se están desarrollando y que a través del juego se divierten, pero a su vez comienzan a comprender la realidad que los rodea, gracias a que este espacio posee un número reducido de participantes, permitiendo bajar la escala de tópicos complejos, como normas sociales -valores del bien y el mal, situaciones como la guerra o la vida en familia- a algo más sencillo de aprender, intercambiando información desde el momento que se definen las reglas de la instancia según el nivel de conocimiento de los participantes. Estos juegos se van complejizando y creando nuevas versiones a medida que el conocimiento de los participantes va en aumento, usando aprendizajes previos e incorporando tradiciones, creando superestructuras que pueden inclusive desembocar en juegos como productos de culturales, de consumo y hasta convertirse en grandes franquicias.

Conforme al crecimiento del ser humano, los juegos pueden llegar a ser un lugar de desconexión temporal de la realidad para algunos, en el cual se sigue conservando el propósito del entretenimiento y el espacio de aprendizaje, pero con un sentimiento que posiblemente no estaba tan consciente en la infancia, que es el escapar. Indiferente del tipo de juego, se da el fenómeno de que, a medida que crecen, las personas buscan el juego como un quiebre en la rutina, algo distinto en donde deja de ser todo serio, que otorga una gratificación rápida y en donde no hay consecuencias en el mundo real salvo del tiempo usado en el juego, volver a la inocencia, el “espacio puro” que describe Caillois.

El escapismo, la inmersión

El escapismo lo podemos definir como el acto de alguien que huye mentalmente de la realidad o de la rutina hacia actividades imaginativas o de entretenimiento en búsqueda de la diversión. Tomando esta definición podemos estipular que el escapismo tiene una relación directa con el juego en donde este concepto se podría considerar como la parte mental de la acción del jugar.

El escape de la realidad a través del juego no es algo que ocurre sin determinadas condiciones y una de ellas es el “creer” en el espacio y situación en la que se va a desarrollar el juego, creer que el juego ocurre en un mundo distinto a la realidad es clave para que se den las dinámicas del jugar, a esto le podemos denominar como la inmersión, espacio puro, un mundo propio o Game Feel; la habilidad de tener un sentido de pertenencia, espacialidad y tangibilidad en el mundo del

juego pese a que en ocasiones nunca se llegue a tocar físicamente. El simple hecho de creer que todas esas sensaciones realmente ocurren permite que el juego se desarrolle de manera fluida, en donde los participantes no se cuestionan si en realidad tienen poderes mágicos o si tiene algún sentido real que el balón entre en la portería, solo importa porque los participantes así definieron las reglas del mundo del juego y cumplen con sus expectativas. Mientras las reglas del mundo del juego sean respetadas por los participantes o sigan siendo consistentes, la ilusión se mantiene, pero de fallar una sola de las reglas inmediatamente rompe la ilusión y los participantes son traídos de vuelta a la realidad y en ocasiones, volver a la ilusión se dificulta a menos que el error en las reglas sea solucionado.

El videojuego; confuso, elusivo y natural

El videojuego como fenómeno es uno de los más especiales dentro de lo que es la industria del entretenimiento en donde este requiere de forma casi permanente la interacción del usuario, marcando una diferencia del cine, radio y televisión que son medios pasivos, a la vez diferenciándose del teatro y los espectáculos (como conciertos y encuentros deportivos) los cuales pueden o no tener interacción y es por lo general limitada. Dentro de lo particular del videojuego nos encontramos que este no posee un acuerdo sobre su definición debido a lo espontáneo de su aparición en el mundo y que, en consecuencia, buena parte de la terminología de la escena también son acuerdos verbales que han ido pasando de desarrollador en desarrollador nombrándolos según el sentimiento crudo que evoca tal fenómeno. Podemos interpretar al videojuego como una variante del juego

en sí, en donde lleva este “espacio puro” a una representación visual (incluyendo tanto las aventuras en texto como los mundos renderizados) con la cual se puede interactuar a través de un medio como lo son los periféricos como los mandos, entrada táctil o el combo de mouse y teclado, en donde se replican las dinámicas del juego a los que se le añaden el sentido de producto de entretenimiento que postula Crawford y los requisitos para lograr la inmersión a través Game Feel que propone Swink, dando un concepto de videojuego el cual se encuentra dentro y fuera de las propuestas sobre el juego de Caillois o Huizinga debido a que el videojuego si tiene un objetivo más allá de la diversión que varía según el género del título, pero que siempre tiene un objetivo que completar, puede involucrar apuestas o competencia si así se desea diseñar y al mismo tiempo es un mundo aparte en el que participantes voluntarios buscan diversión con reglas que aceptan.

El videojuego en Chile y qué es su escena

El documental Chile Game¹⁵ nos muestra que el videojuego en Chile comienza en los 80's con la llegada de las máquinas de arcade y los salones de arcade en donde se encontraban estas máquinas, el éxito fue tal que las consolas clásicas como la NES, SNES, Atari, N64, Genesis¹⁶ y sus versiones piratas- no tardaron en llegar e instalarse en la cultura chilena. Tal fue el impacto de la escena durante los 90's que la escena del videojuego llegó a los medios masivos como la televisión abierta, la radio y prensa, en donde rápidamente se incrementaba la demanda de manera que en Chile se podía encontrar lo último del videojuego con solo días de desfase del estreno original. El hito que

15. Chile Game (2012): Documental sobre la historia del videojuego en Chile y su cultura, realizado por Schulcks producciones.

16. NES: siglas para Nintendo Entertainment System (1985-1995), consola de la compañía Nintendo. SNES: siglas para Super Nintendo Entertainment System (1990-2003), consola de la compañía Nintendo. Atari: refiere principalmente a la Atari 2600 (1977-1993), pero también cuenta por una variedad de consolas producidas por la estadounidense Atari entre los 80-90s. N64: siglas para Nintendo 64 (1996-2002), consola de la compañía Nintendo. Genesis: Abreviado para Sega Genesis (1988-1997), consola de la compañía Sega.

puso al gaming en Chile como algo parte de su cultura fue la llegada del festival internacional WCG (World Cyber Games) en el 2010 y la creación del evento nacional de videojuegos Festigame en el 2012.

La escena de desarrollo de videojuegos nacional tiene sus orígenes alrededor de los 90's en donde se encuentran programas para la Atari y la entrada ganadora, Estructura, en el concurso de talentos de la compañía Square Soft¹⁷, lo que ya comenzó a llamar la atención del mundo sobre los desarrolladores chilenos. Desde inicios de los 2000 se pueden encontrar desarrolladores nacionales en distintas compañías y equipos internacionales, y que dejan una escena que cada vez va subiendo su nivel de producción, logrando obtener financiamiento tanto extranjero como estatal para los proyectos. Pese a esto, los mismos participantes de la escena nacional concuerdan que para el 2020, el desarrollo de videojuegos a nivel nacional aún se encuentra en pañales o que recién está comenzando a caminar en donde se pueden encontrar ciertos hitos en su historia pero que aún no están a nivel de la escena global.

La usabilidad; uno de los nexos entre el diseño gráfico y el videojuego

Entendemos la usabilidad como la metodología para mejorar la facilidad de uso o de usuario, método el cual se combina con el concepto de la utilidad (algo que cumple su propósito) para crear algo útil. El concepto de usabilidad es aplicado generalmente al campo de desarrollo web, centrado en el de desarrollo de UI¹⁸ y UX¹⁹, pero este mismo concepto se puede aplicar con facilidad al desarrollo de

videojuegos en los aspectos de UI, UX y elementos del juego, debido a que el desarrollo de interfaz en los videojuegos posee varios paralelos con el de desarrollo web a los que se le añaden elementos de los juegos los cuales tienen el principio de mejorar la facilidad de uso.

El diseño gráfico como disciplina puede ser un aliado clave en el desarrollo de la usabilidad en los videojuegos debido a que el desarrollo de web, UI y UX son aristas en las que el diseño ya es parte de la escena y una mayor participación por parte de la disciplina en optimizar la usabilidad en los videojuegos nacionales, ya sea un rol en el que el diseñador asume de desarrollador o de evaluador de los elementos de usabilidad.

17. Square Soft: compañía de videojuegos japonesa fundada en 1986, que en 2003 se fusiona con la compañía Enix, formando Square Enix.

18. UI: siglas para el concepto de User Interface o Interfaz de Usuario.

19. UX: siglas para el concepto de User Experience o Experiencia de Usuario.

5 Metodología

Tomando como base los antecedentes recopilados con respecto a la teoría del juego, el fenómeno del videojuego y sobre la usabilidad. He determinado como objeto de investigación el patrimonio gráfico de los juegos chilenos, presentando enfoque a los elementos de usabilidad presentes en estos con un punto de vista desde el diseño gráfico, con la finalidad de rescatar este material y ser un material de apoyo para diseñadores de videojuegos, desarrolladores y entusiastas del videojuego que quieran ocupar la publicación como referente para sus proyectos.

5.1 Enfoque de la investigación

Se utilizará un enfoque cualitativo y exploratorio, debido a la naturaleza del proyecto y la escasa documentación con respecto al tópico a desarrollar, en donde gran parte del conocimiento se traspa del boca a boca y la práctica. La investigación tiene como objetivo explorar las experiencias, opiniones y sentimientos de los entrevistados con respecto al tópico investigado. Esto se realizará a través de entrevistas con preguntas abiertas con la finalidad de obtener información sobre el estado de la escena nacional, cómo es el proceso de desarrollo de los videojuegos en el contexto nacional y comprender el estado del fenómeno del videojuego nacional.

A esto se le adicionará la visión del jugador a través de una observación participante, explorando y registrando cada uno de los videojuegos escogidos para los casos de estudio y su interacción. Esto finalizando

con la exploración de los datos obtenidos desde el punto de vista del diseño, clasificando y sistematizando los casos de estudio cuyos medios se detallarán posteriormente en el documento en el apartado de “Modelo de Casos de estudio”.

5.2 Clasificación de informantes

Primarios

Desarrolladores de videojuegos:

Serán escogidos estudios/desarrolladores de videojuegos del ámbito nacional, idealmente aquellos que desarrollan los casos de estudios escogidos. Dentro de los mismos estudios se enfocará más a los directores de arte, diseñadores gráficos y los diseñadores de juegos.

Gente de áreas relacionadas:

Se seleccionarán personajes los cuales tengan relación de forma directa o indirecta al área de videojuegos con el propósito de comprender el fenómeno desde un punto de vista externo a la escena. Dentro de esta categoría se encuentran académicos de estudios relacionados o prensa.

Usuarios:

La visión del jugador se obtendrá a través de una observación participante, explorando y registrando cada uno de los videojuegos escogidos para los casos de estudio y su interacción. Esto finalizando con la exploración de los datos obtenidos desde el punto de vista del diseño, clasificando y sistematizando los casos de estudio cuyos medios se detallarán posteriormente en el documento.

Secundarios

DivSet:

Memoria realizada el año 2013 por Fernanda Kuak para proyecto de título de la Universidad de Chile. En el trabajo se aborda el cómo se da el empleo a nivel profesional en el diseño de videojuego para móviles con el propósito de desarrollar pautas de evaluación de proyectos de videojuego con enfoque a asesorías.

Las pautas fueron por primera vez usadas en físico y posteriormente de manera online. Estas pautas sirven de base para realizar los análisis que se realizarán en el proyecto.

Experiencias de Cartón:

Memoria realizada el año 2014 por Maximiliano Berner para proyecto de título de la Universidad de Chile. En el trabajo se realiza un sistema de clasificación de los elementos gráficos de los juegos de cartas (TCG) chilenos con el fin de crear un patrimonio en formato físico el cual contenga los elementos de manera organizada y clara para su uso como material de referencia a futuro,

Su sistema de clasificación, junto a sus criterios proporcionan complemento a las pautas desarrolladas en DivSet para pulir los análisis dentro del proyecto.

5.3 Estudio Cualitativo

Como introducción, se comenzó dando una breve explicación del motivo del contacto y la temática de la entrevista a modo de generar un sentimiento de confianza al responder y conseguir respuestas más honestas con respecto al tema de la investigación. Las preguntas poseen una mezcla de interrogantes más específicas con los tópicos para sentar un nivel en la conversación y preguntas de un estilo abierto, siendo estas el grueso de las entrevistas, en donde se buscan respuestas más relajadas relacionadas a las vivencias y experiencias de los entrevistados en respecto a sus áreas.

Entrevistas:

Entrevista a Carlos Bordeu

Descripción: Co-fundador y desarrollador en el estudio ACE Team. Docente en videojuegos.

Resumen: Entrevista a Carlos que se desarrolló en torno a los videojuegos, su desarrollo, experiencias en torno al desarrollo de Rock of Ages y sobre la escena chilena, otorgando una perspectiva del videojuego chileno desde el punto de vista de uno de los estudios punteros de la escena.

Abstract

Carlos comenta con respecto a la creación de un proyecto: “Cada proyecto tiene una diferencia bastante grande de gesta y no puedo decir que tengamos un parámetro común para nuestros proyectos, porque somos una empresa que hacemos las cosas por lo que nos apasiona, no tenemos una estructura de estudio de mercado, somos bien creativos en nuestros procesos. (...) Ahí voy a entrar a defender el proceso previo que justamente acabo de decir, que es menos importante, pero creo que es lo que justo nos permite diferenciarnos de otras empresas y salir adelante y es que justamente que, a hoy en día, la industria de los videojuegos es tan competitiva que la suma de todas sus partes son lo que te hace llegar o no llegar a la meta. Entonces, la ejecución del videojuego es más difícil que pensar en la idea, pero no hay que menospreciar la dificultad ni la significancia que tiene lo que es partir a través de un concepto que es original y que es una buena idea. Yo creo que la suma de las dos partes es lo que nos da la ventaja y principalmente que somos muy osados con los proyectos que nos hemos lanzado (...)

Al preguntar sobre la organización en el estudio responde: “Somos bastante estándar en cuanto a eso, sí, hay equipos de arte, animadores, modeladores en donde se centran más en sus especialidades. Dentro de los que cumplen roles más diversos en la empresa serían los tres fundadores; Andrés, Edmundo y yo, que hacemos desde cosas de

producción aburridísimas como de negocios hasta meter mano en todo tipo de cuestiones como animación, level design, hace mucho tiempo que dejé de modelar (crear modelos 3D) porque los cabros que vienen ahora son mucho mejores que yo. (...) Pero igual sigo haciendo sonido y diseño de los juegos, lo cual es un rol clave junto con Andrés.”

Cuando pregunto sobre la búsqueda de talentos contesta: “Si lo tuviera que resumir en una palabra sería: “O erí bueno o erí bueno”. Haciendo hincapié en que consideran el talento y las capacidades de poder llevar a cabo un proyecto sobre formación o nivel de entusiasmo.

Carlos realiza una introspectiva con respecto a la escena chilena del videojuego en la califica como “Frágil” y elabora al respecto: “(...) esto corre para todo país que está intentando salir para adelante en la industria de los videojuegos. Es una palabra fuerte, pero yo he considerado que la industria de los videojuegos en Chile siempre ha sido frágil a pesar que ha tenido un crecimiento muy grande e incluso entre las empresas que están frágiles, considero que incluso nosotros estamos entre esas empresas, porque dependemos de tirar proyectos que salgan bien y si no salen para adelante, se te pueden caer. (...) No hay ninguna empresa que haya tenido un éxito tan rotundo que le hubiera garantizado una posición en la que puedas decir, no sé, dentro de los próximos 5 años puedes estar sin problemas o que

tienes todo garantizado. Para mi gusto, para que tú puedas decir que una empresa sea más o menos sólida, es una que no tenga que estar preocupada del próximo videojuego que tenga que hacer después de lanzar el actual y eso no te quite el sueño (...) Pero creo que lo se ha demostrado en Chile es un crecimiento muy importante, creo que a nivel latinoamericano somos unos de los que más ha demostrado y ha tenido un impacto real, considerando lo enano que es este país y eso es bastante notable y le ha ido muy bien en ese sentido, pero todavía somos una industria a la cual está siempre a un año de que “podría, bueno resulta, no resulta”.

Entrevista a Oscar Cerda

Descripción: Co-fundador y exmiembro de Micropsia Games. Desarrollador y consultor freelance. Ingeniero en sonido. Desarrollador web.

Resumen: Conversación en torno al título Watchmaker, juego principal de Micropsia Games en donde él fue uno de los desarrolladores principales. Se habla sobre el origen del proyecto, la experiencia de desarrollo, sus procesos, sus referentes y su percepción de la escena nacional del videojuego. Otorgando un punto de vista desde un estudio emergente.

Abstract

Oscar comenta sobre el proceso de desarrollo: “La mecánica principal del juego, la premisa del juego, que fue desde donde partió todo esto. A mí, lo primero que se me ocurrió con respecto a Watchmaker era que el personaje envejecía rápidamente y voy a hacer un juego en que el personaje principal envejezca aceleradamente y todas las mecánicas, todo, gira alrededor de eso, todo lo que es mecánicas secundarias, narrativa, todo gira alrededor de eso.” “Yo dije como “yo quiero que sea como Dead Space²⁰” y eso quería (risas). (...) Es un juego super narrativo y todo lo que sea interfaz, siempre te saca de la inmersión del juego entonces, yo dije que “Dead Space lo hace super bien” como te pone esta interfaz incorporada en el modelo del personaje, como que uno se mete completamente al juego, no hay nada que te saque y eso me gustó mucho. (...)” Dejando en claro que el impulso hacia adelante del proyecto venía principalmente de la pasión por los conceptos que les interesaban.

Cuando pregunté de cómo se manejó el proyecto Oscar menciona: “(...) como tu podrás entender, los recursos van y vienen, no siempre se cuenta con recursos para mantener equipos completos. (...) Dependiendo del proyecto, nosotros no nos dedicamos al 100% a hacer ese juego. Porque era nuestro juego principal, para poder obtener

recursos, lo que hicimos fue hacer proyectos pequeños en paralelo para terceros, principalmente juegos educativos. (...) me preguntabas sobre de cómo se organiza, siempre es dinámico, ósea, depende de cada proyecto. Lo que nosotros hacíamos era que teníamos unas personas de confianza, por ejemplo: siempre trabajamos con el mismo programador, teníamos personas de 3D que íbamos contratando por proyecto, entonces, la cantidad de personas, cómo se organiza depende de las necesidades del proyecto en realidad.”

En respuesta a la pregunta ¿Cuáles eran las cosas que más salían a la luz cuando testeaban, las que más se discutían? Comenta: “Mira, lo que discutíamos siempre era el tema de la Experiencia de Usuario, que era nuestra área más débil, que el juego se entendiera. Cuando lo testeabamos con gente, pasaba mucho que se perdían, yo creo que fue lo que más nos costó; crear feedback suficiente como para que la gente pudiera orientarse bien dentro del juego. (...) después de lanzar entendimos que era algo super importante en tener a alguien especializado en UX, porque es complicado, alguien que lleve el testing y esa parte. (...) los testing son limitados también, nosotros no pudimos hacer tanto testing porque estábamos metidos en el desarrollo, muy metidos en el desarrollo, arreglando problemas

20. Dead Space (2008-2013): franquicia de videojuegos de supervivencia-terror con temática de ciencia ficción, desarrollado y publicado por Electronic Arts.

y como igual es el primer juego grande que hacemos, uno no puede prever todos los problemas, los problemas aparecen no más.”

En respecto a la pregunta sobre el equipo de desarrollo de Watchmaker y el reclutamiento de personal responde: “Lo que pasó ahí es que a ciertas personas las buscamos y otras llegaron. Llegaron varios haciendo práctica en Micropsia, algunos se quedaron y los contratamos para el proyecto, sobre todo en la parte artística, llegaron varios artistas en el ámbito 3D y fueron creciendo en el estudio. Había personas con más experiencia, por ejemplo, contratamos a un diseñador 3D que había estado con nosotros en el diplomado y lo teníamos en la mira hace tiempo, entonces esperamos a tener recursos y lo contratamos.”

Sobre la escena nacional de videojuego, expresa: “Pienso que ha mejorado mucho, sobre todo en el apoyo del gobierno, sobre todo en ProChile²¹ con los viajes internacionales, han puesto hartas lucas en que las empresas puedan internacionalizarse y poder viajar a reuniones de negocios en las ferias internacionales. (...) la cantidad de empresas, por lo que yo sé porque ya no estoy en la VG Chile, no ha aumentado mucho, sigue siendo alrededor de 45-50 más o menos las que están dentro de VG Chile, pero empresas, así como “no oficiales” que no están dentro de VG Chile, sé de varias por lo que ha crecido mucho. (...) varios estudios que deben estar haciendo cosas y nosotros no sabemos, no están dentro de los canales más oficiales, pero eso, en los últimos como que se ha acelerado más el tema, pero aún somos una industria como incipiente, pero vamos para allá, vamos a pasito lento pero seguro.”

21. ProChile: institución del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, la cual se dedica a la promoción de la oferta de los bienes y servicios producidos en Chile en el extranjero.

Entrevista a Rubén Jacob

Descripción: Académico de estudios relacionados

Resumen: Entrevista que decanta a una conversación en torno al desarrollo de servicios, cómo estos se deben adaptar tanto al usuario como al servicio que se quiere llegar y el desarrollo de videojuegos visto desde un punto de vista externo.

Abstract

En respecto al diseño de servicios aplicado a los juegos menciona: “Ahora, el Diseño de Servicios es otra cosa, creo que tiene mucha más profundidad porque, ya no es un método, sino que, un área donde el diseño a través de diferentes métodos puede incidir en generar un servicio mejor, particularmente está vinculado a la Experiencia de Usuario, Diseño centrado en las personas, de Servicios de entrada a las personas, Servicios basados en las experiencias/emociones, etc. Entonces, allí hay un tema porque, retomando un poco lo otro, esta idea de los juegos como servicio, está idea permanente, obviamente enriquecen la experiencia del usuario en términos de lo que va a vivir en el juego, en especial estos que son super inmersivos que empiezan a requerir un montón de otros puntos de contacto entre el servicio y el usuario que ya no es solo la pantalla, el mouse, teclado o un joystick, sino que, hay lentes.”

En respecto al modding²², la personalización y la co-creación con el usuario dijo: “Si, lo que yo creo es que lo juegos hace rato están utilizando lo que es ese recurso como parte de su desarrollo. La co-creación, el diseño empático, todo lo que tiene que ver con desarrollar en conjunto con el usuario, son cosas que ocurren cada vez más y que antes también, pero quizás más disperso o menos aprovechado por las empresas. (...) Porque, los usuarios que hacen “mod²³” existen desde

siempre. Desde cosas básicas a cosas que llegan a ser tan grandes que se convierten en oficiales. (...) una de las mejores maneras de integrar al cliente, tiene que ver con la personalización que es un tema que siempre se ha ocupado para generar vínculos con el tema y hay una lista de 9 aspectos que uno tiene que considerar cuando habla de la personalización y ahí tienes que ver quién la inicia. Normalmente era el usuario, hoy es el fabricante. Hoy en día muchos juegos vienen con un editor, facilitando el “mod” y que todo el mundo lo pueda hacer, a distintos niveles.”

En torno a la pregunta de cómo ve el traspaso de entrega singular a servicios en los videojuegos y se diseña entorno a esto menciona: “(...) dentro de los videojuegos es super importante su capacidad de ser producto y lo importante ya es el servicio y el juego pasa a ser de segundo plano. (...) es un fenómeno que está ocurriendo, a pesar de como te digo, yo ya no tengo mucha cercanía con el tema de los juegos, lo veo y que pasa en todo.”

22. Modding: acción o proceso en el que un usuario o fan de un producto realiza modificaciones al producto base, en el caso de los videojuegos, pueden ser modificaciones que van desde cambios visuales, cambios al código hasta revisiones completas del contenido.

23. Mod: abreviación de la palabra Modification o Modificación, en los videojuegos, se refiere a la modificación realizada al videojuego.

5.4 Criterios para la categorización y sistematización de casos

Marcas/Estudios/Publishers²⁴

En el mundo de los videojuegos, cada videojuego está ligado a un estudio desarrollador o bajo un Publisher el cual aportó al desarrollo de este. Estos mismos desarrolladores pueden publicar múltiples IP's²⁵ completamente distintas de las anteriores, pero que por lo general retienen ciertos rasgos únicos que provienen de la manera de desarrollo de los estudios. En la escena chilena el caso es similar, gracias al incremento de la distribución digital la cantidad de videojuegos que un solo estudio puede realizar es considerable y permite la creación de más estudios que la distribución física. Cada desarrollador tiene un cierto tipo de entidad con cada uno de sus juegos, un espíritu que se conserva a pesar de lo distante de lo que puede ser cada entrega de la otra conceptualmente.

Esto se ve reflejado también en sus marcas, muchos de los estudios chilenos tienden a identificarse con el estilo de juegos o temáticas en las que se especializan, otros más en sus estilos personales o ideologías.

5.4.1 Marcas de los estudios presentes en los casos de estudio



1. ACE Team:

ACE Team es uno de los estudios más antiguos y exitosos en el país con varios juegos en su portafolio.

Fundado a finales de los 90's por tres hermanos que dan las iniciales para crear ACE, durante su historia han logrado certificaciones con grandes de la industria como Sony y Microsoft, además de lograr reconocimientos internacionales por sus temáticas originales en los juegos que desarrollan.

Uno de sus mayores logros fue el Juego Zeno Clash que llegó al top 100 de los mejores juegos de la consola Xbox 360.



2. Autarca:

Estudio Indie de un solo hombre, programador de profesión y artista 3D de Hobby. El desarrollador ha logrado realizar dos juegos por sí solo desde que comenzó su trayectoria.

24. Publisher: compañía dedicada a la publicación de videojuegos ya sean desarrollados internamente o externamente por un desarrollador independiente.

25. IP: Siglas para Intellectual Property o Propiedad Intelectual; se trata de un tipo de propiedad que incluye creaciones intangibles hechas por el ser humano, en este caso en particular, videojuegos.



3. Bura:

Estudio conformado por tres personas cuyo único proyecto a la fecha es el RPG²⁶ Long Gone Days, el cual sigue en desarrollo en base a expansiones. No hay demasiada información con respecto al estudio.



4. Dark Polygon:

Estudio Indie formado por un equipo mediano el cual se especializa en el desarrollo de juegos móviles y para PC, además funciona como estudio de apoyo a proyectos externos con respecto a los videojuegos.



5. In Vitro Games:

Estudio Indie fundado el 2013 dedicados al desarrollo completamente independiente y experimental.

Desde su creación, su único proyecto ha sido Defenders of Ekron, el cual ha recibido buena crítica y se encuentra en el proyecto de ser portado a toda plataforma existente.



6. Micropsia Games:

Estudio fundado en el 2006 el cual ha desarrollado múltiples títulos entre los cuales destaca The Watchmaker.

El estudio no se dedica únicamente al desarrollo, sino, a todo aspecto con respecto a los videojuegos, desde desarrollo independiente, outsourcing hasta consultoría.



7. Team Robot Black Hat:

Duo conformado por el chileno Marco Paranda y el mexicano Jorque Vazquez, se dedican al desarrollo de juegos de estilo pixel art.



8. Master UOMU:

Estudio pequeño que se dedica a la creación de juegos de plataforma con temática de acción de films de los 80's y 90's.

Hasta el momento, su único proyecto es LVL 99 AXE

26. RPG: siglas para describir el género Role Playing Game,

5.4.2 Experiencia de Juego

La experiencia de juego o Game Feel, es lo que define finalmente como el videojuego será recibido y tiene gran influencia en cómo los juegos mismos son llevados de concepto a práctica.

Comprender los aspectos esenciales del diseño de videojuegos es fundamental para luego llevarlos a una identidad visual que corresponda y otorgue el Game Feel correcto. Debido a esto, cada juego es un mundo gráfico completamente distinto, donde se encuentran elementos similares entre géneros de juegos, pero estos son modificados substancialmente en términos de morfología, composición y propósito dependiendo de los objetivos finales de cada videojuego.

Una barra de vida siempre representará cuántos golpes puede tomar el jugador, pero posee distintos significados en un juego de Acción en el cual te indica que estás cerca de perder y deberías recuperarte por lo que aparece o solo se hace relevante en momentos críticos, lo que puede ser muy distinto en un juego RPG en el cual indica una posible nueva estrategia a base de jugar al filo de perder por más daño o designar a determinados personajes como aquellos que deben que tomar el daño para evitar que lo reciban personajes más frágiles, convirtiendo el elemento en una parte importante de la información de manera constante.

De la misma manera que el contexto de género es relevante, también lo es la dirección de arte el cual puede modificar la manera en la que son percibidos no solo los elementos, sino que, el juego completo dependiendo de la implementación de estos elementos.

5.4.3 Tipos de interfaces

Dentro de las categorías de interfaz, se tiene un consenso de que existen 4 tipos de clasificaciones de estilos de estos elementos, estos estilos pueden dominar completamente la dirección de una interfaz como pueden ser una mezcla de distintos elementos dependiendo del contexto dentro del juego:

1. No-Diegética:

Los elementos No-Diegéticos son aquellos que no se encuentran ni dentro de la narrativa ni dentro del mundo del juego, siendo elementos únicamente dirigidos al jugador. Estos elementos se ubican por el general en plano más cercano a la pantalla, sobre la experiencia y contienen por lo general información que únicamente le es relevante al jugador, como estadísticas, puntuación, medidores, tiempo, etc.

Botones, iconos, ventanas, cursores y varios más entran dentro de estos elementos.



Ejemplos de elementos No-Diegéticos. Izq. Ventanas emergentes (Beastmancer). Der. Flecha, Botón y Enfríamiento de Roca (Rock of Ages II).

2. Diegética:

Este tipo de interfaz es la que se encuentra dentro de tanto, el mundo del juego como dentro de la narrativa. Los elementos diegéticos suelen ser parte de los elementos con lo que los avatares suelen interactuar directamente o son parte de ellos, haciéndolos conscientes de su existencia, como lo pueden ser elementos coleccionados durante la experiencia como llaves que se representen en el avatar las cuales luego puede usar o medidores presentes en el equipamiento de estos.

Dispositivos dentro del mundo de juego, como una tableta o accesorio con el interactúan los personajes, o distintos estados de salud que se reflejan de forma física son algunos ejemplos



Ejemplos de elementos Diegéticos. Izq. Mochila con estadísticas (Watchmaker). Der. Ataque del perro (LVL99: AxeRage).

3. Espacial:

Se considera como elementos Espaciales a aquellos que se encuentren dentro del mundo del juego, pero dentro de su narrativa. Estos elementos cumplen con el rol de otorgar al jugador información presente del área de juego a través de una presencia física dentro del espacio, pero son completamente invisibles para los personajes. Ejemplos de estos se pueden considerar como los marcadores que le indican el camino al jugador o las áreas de peligro de los ataques enemigos, información que únicamente el jugador está consciente.



Ejemplos de elementos Espaciales. Izq. Grilla de combate (Beastmancer). Der. Indicador de peligro y objetivo (Biosupremacy).

4. Meta:

Este tipo de elementos de interfaz pertenecen dentro de la narrativa del juego, pero no dentro de su mundo, el avatar puede estar o no consciente de estos y su interacción. Estos elementos por lo general se utilizan para advertir al jugador de los distintos estados del avatar, aplicados comúnmente como filtros sobre la pantalla que informan que el avatar pudo recibir daño o se encuentra aturdido, etc. Otro uso narrativo es la inclusión de texto como subtítulo de los diálogos dentro del juego.



Ejemplos de elementos No-Diegéticos. Izq. Ventanas emergentes (Beastmancer). Der. Flecha, Botón y Enfriamiento de Roca (Rock of Ages II).

5.4.4 Extracción y clasificación de elementos:

En base a la observación participante realizada, se procede a analizar el registro del cuál se extraen múltiples capturas de pantalla en momentos claves en los que se encuentren elementos de usabilidad para que eventualmente se disecciona la imagen y se extraen los elementos aislándolos, finalizando con su análisis y clasificación.

Las categorías generales designadas para los elementos son las siguientes:

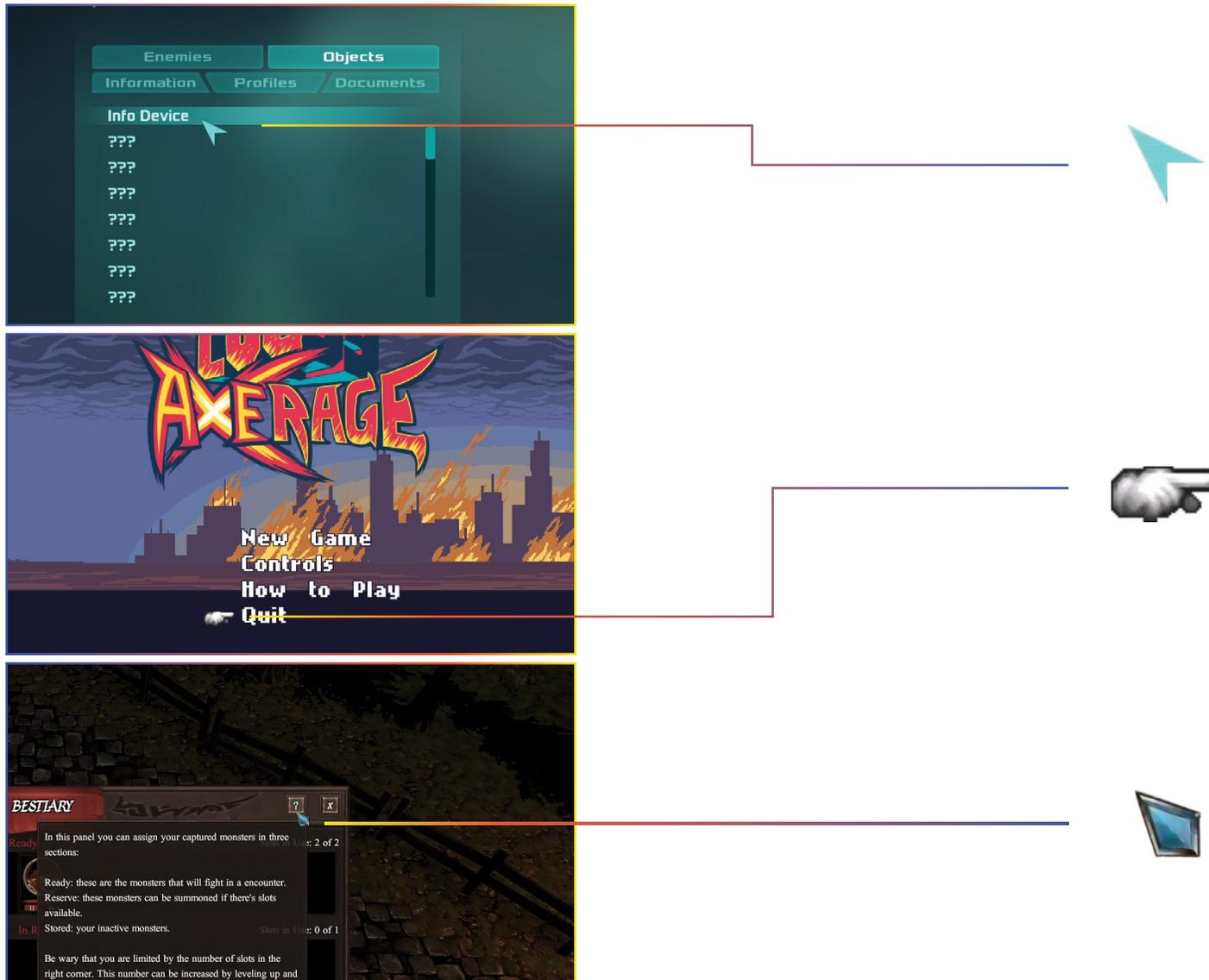
Indicadores: Se les otorga esta categoría a los elementos cuya función principal es la de señalar o indicar la existencia de alguna acción o la interacción con otro elemento.

Informativos: Los elementos correspondientes a esta categoría son aquellos que tienen como principal función otorgar o expandir la información sobre distintos aspectos del videojuego.

UI: Se clasifica aquí aquellos elementos los cuales tengan una relación directa con las atribuciones directas del jugador para administrar parámetros del juego.

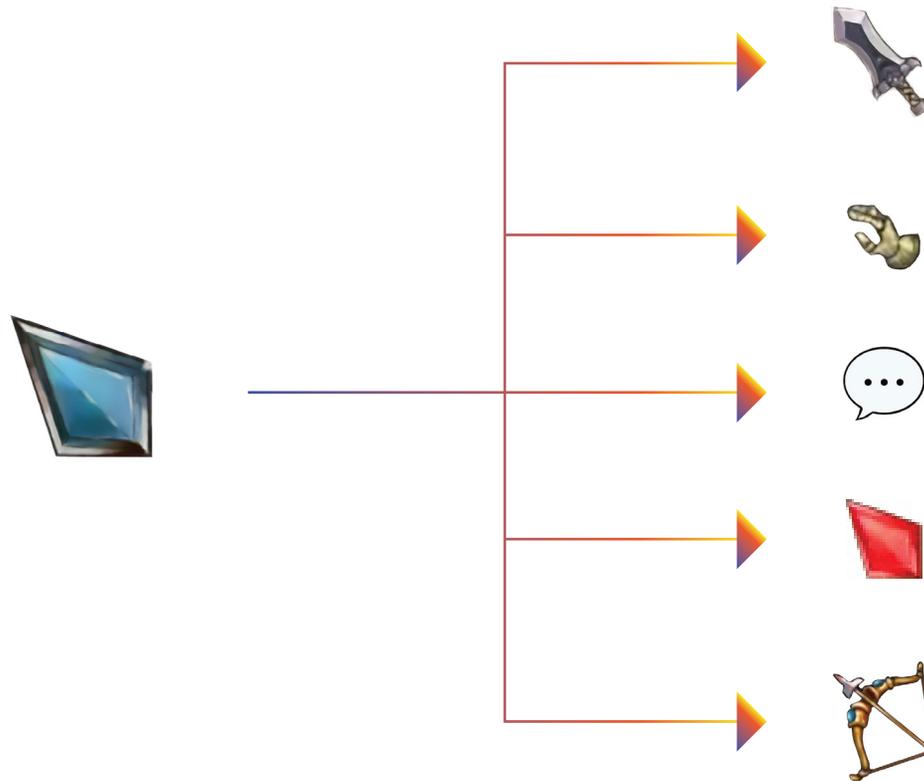
Player: En esta categoría corresponden los elementos que interactúan directamente dentro del espacio de juego con el avatar del jugador y el avatar mismo.

Pueden darse clasificaciones adicionales según la particularidad de cada videojuego.



Elementos correspondientes al elemento del cursor en varios juegos. De arriba hacia abajo: Defenders of Ekron, LVL99 AxeRage, Beastmancer.

Cada elemento refleja el cómo este será usado, si con mouse o con teclado y también reflejan los mundos a los que estos elementos pertenecen.



Incluso el mismo elemento puede tener múltiples variantes según el contexto que se encuentran para aclarar cuáles son las acciones disponibles y poder tomar una mejor decisión.

Juego: Beastmancer.

5.4.5 Estructura básica de análisis:

A Vista general del videojuego

- A.1 Marca
- A.2 Definir Referentes
- A.3 Definir posible línea gráfica
- A.4 Establecer punto de referencia
- A.5 Menús/UI
- A.6 Player's Journey

B Jerarquías y Composición

- B.1 Vista general
- B.2 Usabilidad
- B.3 Clasificación de elementos
- B.4 Composición
 - B.4.1 Title/Action Safe
 - B.4.2 Jerarquías gráficas

C Detalles de elementos

- C.4.1 Morfología
- C.4.2 Color
- C.4.3 Tipografía

D Apreciación general y conclusiones

A Vista general del videojuego

A.1 Definición del juego como marca:

Como se presenta en el apartado sobre las marcas, la imagen de la desarrolladora o Publisher no dicta necesariamente cómo será la marca de los juegos desarrollados en sí. Cada videojuego es un mundo aislado y, por lo tanto, su marca aislada. Esto ocurre menos cuando son secuelas o remakes, pero aun así pueden ser similares al compartir elementos, pero no iguales. Ejemplo: la saga Final Fantasy; saga en la cual cada entrega presenta elementos similares, pero el uso de estos es completamente distinto entre sí, además de presentar elementos propios en cada entrega.

Este apartado pretende dar una vista previa al videojuego como marca en sí, antes de ver el producto final, dando una estimación posible de cuáles son las temáticas a tratar y si estas suposiciones son consistentes a través del análisis logrando una línea visual concreta.

Presentación del concepto

Aquí es donde se presenta a la marca como elemento aislado y se procede a su disección;

- Muestra del branding
- Separación de los elementos
- Análisis morfológico
- Color
- Elección tipografía



Vista general del videojuego en donde se muestra la información básica del juego como el Keyart, género, fecha de lanzamiento, entre otros.

Juego: Beastmancer.



La primera parte del análisis de marca en donde se aplican los criterios explicados anteriormente,

Juego: Beastmancer.



A.2 Posibles referentes

En base a lo observado, se determinan los posibles referentes que fueron utilizados en la creación del videojuego.

A.3 Definir posible línea gráfica

En base a lo visto en el análisis anterior, se teoriza sobre las posibles líneas gráficas que puede presentar el juego con solo el elemento de la marca.

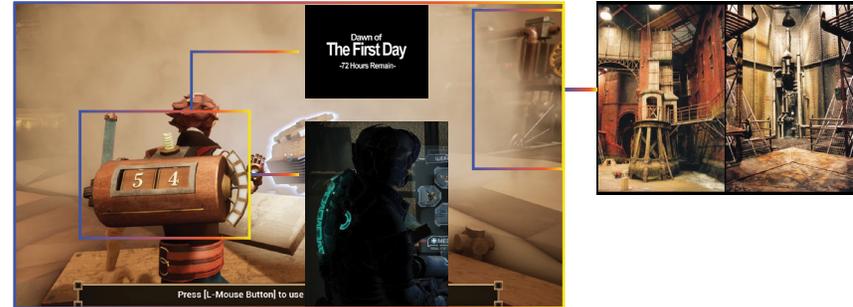
A.4 Establecer punto de referencia

Una vez definido las posibles líneas, se definen las aristas que esta línea gráfica tendrá para determinar un punto de referencia sobre la consistencia gráfica entre la marca y el contenido del juego.

A.5 Menú Principal

Por regla general, el menú principal es el primer elemento de usabilidad con el que los usuarios suelen encontrarse al comenzar un juego, aparece luego de la tecnología o auspiciadores que lograron posible el proyecto o un trailer del juego en sí, aunque este segundo caso es poco frecuente hoy en día.

Aquí es donde ocurre el primer aproximado a la línea gráfica y la composición que conlleva la UI y otros elementos del juego. Las observaciones de los elementos presentes aquí permiten también una reflexión adicional posterior a los análisis en secciones siguientes con respecto a la elección del desarrollador con respecto a qué elementos se encuentran presentes y cuales están reservados para los menús dentro de la experiencia de juego.



Al revisar las grabaciones se observan para ver cuáles serían los posibles referentes.

Juego: Watchmaker.

UI

Serie de elementos gráficos los cuales le otorgan información pertinente al jugador cada vez que la necesite. Las UI poseen múltiples niveles de complejidad según el videojuego y su género para permitir un mayor rango de información a profundidad sobre las acciones del jugador. Los elementos pueden ser barras, brújulas, filtros e inclusive elementos dentro del mismo mundo jugable.

Aquí se observan los distintos elementos utilizados en las distintas instancias del juego y se determina cuál o cuáles son el tipo de interfaz que corresponde.

Menús

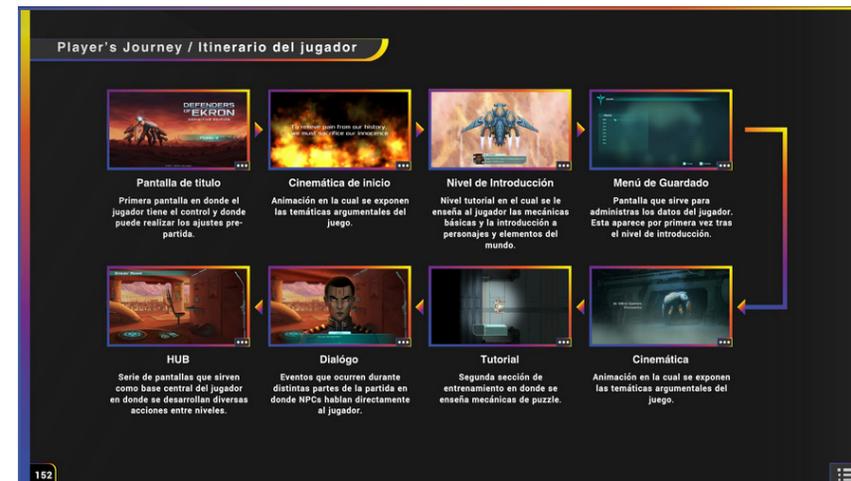
Selección de pantallas las cuales, pausan el juego (la mayoría de las veces) o cubren gran parte de la pantalla. Estas instancias buscan crear momentos de respiro y reflexión para el jugador, en el cual pueda ver sus estadísticas con más detalle, interactuar con sistemas que

requieren otro ritmo que el de la jugabilidad usual, como tiendas, revisar configuraciones, guardar o simplemente reposar. Suelen ser obstructivos, tomando gran parte de la pantalla y centrándose en ellos y sus formatos son variados.

Dentro de las interacciones del jugador, estos toman el segundo lugar al ser elementos recurrentes cuando se necesita hacer acciones específicas que requieren una distribución de controles distinta a la jugabilidad principal para navegar por ellos de manera efectiva. Estos pueden ser inclusive en primer lugar de interacción con el usuario en géneros como los RPG. Al igual que la UI, sus aspectos técnicos y gráficos contribuyen en gran parte a la inmersión del jugador.

A.6 Player's journey

Tomando en cuenta la observación participante, se descomponen las distintas pantallas y se determina cuál era la intencionalidad de recorrido que el desarrollador planificó para el jugador en formato de recuadros que describen las interacciones del usuario con los elementos.



Serie de recuadros que definen el recorrido del jugador a través de la experiencia de juego en un momento determinado

Juego: Defenders of Ekron.

B Jerarquías y Compocisión

B.1 Vista general

Se determinan los fotogramas clave que mejor representen las instancias de las distintas pantallas del videojuego para que sean la base de los análisis.

B.2 Usabilidad

A través del análisis se revisan la disposición de los elementos y su uso, determinando la usabilidad de los elementos.

B.3 Clasificación de elementos

Durante la observación de las pantallas, se identifican los elementos y se les otorga una clasificación para su análisis individual posterior.

B.4 Composición

En esta sección se procede a analizar el cómo los elementos y sus categorías son utilizados para el flujo de la funcionabilidad del menú según criterios de localización, tamaño, contraste y relevancia.

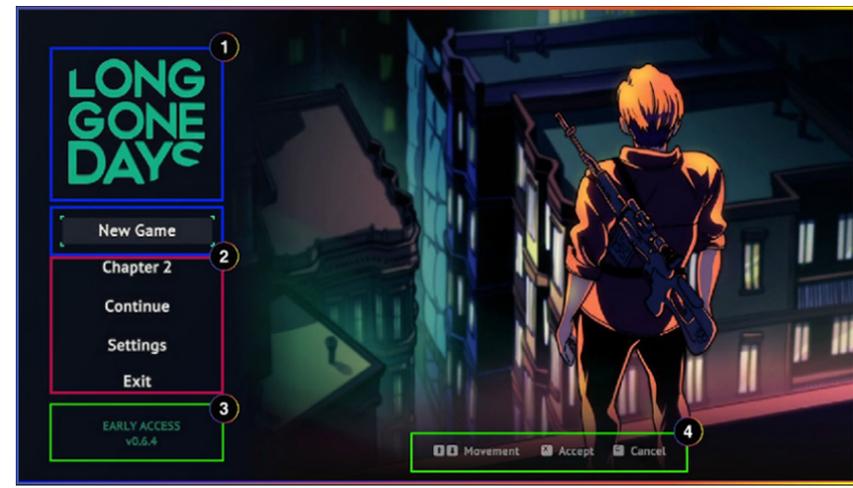
B.4.1 Title/Action Safe

Una de las reglas que debe seguir un elemento audiovisual es la de "Title/Action Safe" que determina los márgenes invisibles que deben tener los elementos dentro de una composición, según los distintos estándares de resoluciones existentes en las pantallas, para que el contenido relevante sea de una visualización más sencilla para el usuario o espectador.

Se pondrán analizar la composición del menú para determinar si los elementos se encuentran en una forma que pueda ser llevado a múltiples resoluciones de forma óptima.

B.4.2 Jerarquías gráficas

Se determinarán las jerarquías de los elementos de cada pantalla y se clasificarán según orden de lectura de mayor a menor relevancia,



De arriba hacia abajo: Revisión del Title/Action Safe, análisis de jerarquías.

Juego: Long Gone Days.

C Detalles de elementos

Sección en que los elementos extraídos son analizados, en lo que se ve:

- Clasificaciones (Tipo de elemento, estilo e interacción)
- Instancias de interacción
- Descripción de animación
- Análisis morfológico
- Análisis de color

Los análisis están acompañados por las representaciones de los elementos, animaciones (de aplicar), representación de la morfología y paleta de color.

C.4.1 Morfología

Se analiza la morfología del elemento, determinando las intencionalidades del desarrollador al darle tal forma, también se ve cuáles partes dentro de su estructuras son cosméticos y cuáles son funcionales.

C.4.2 Color

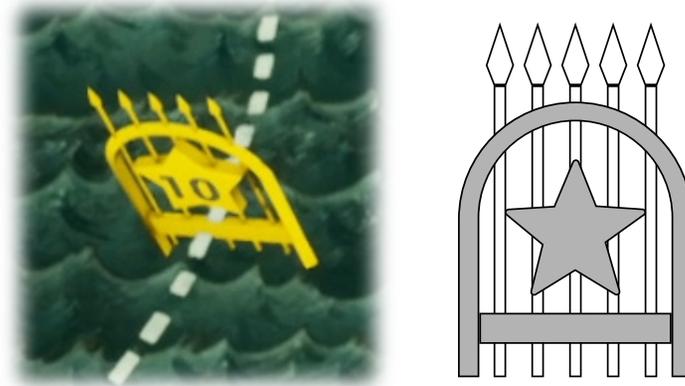
Se toman muestras directas de los colores del elemento, se enlistan y se analiza sobre la intencionalidad de las decisiones.

C.4.3 Tipografía

De aplicar, se analizan los elementos tipográficos utilizados en los elementos, se determinan sus características, intencionalidades y se compara con otras muestras.

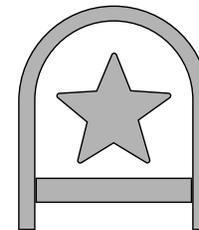
D Apreciación general y conclusiones

Comentarios finales que cierran el análisis de los casos de estudio junto a una apreciación breve cómo fue llevado el trabajo gráfico y la usabilidad dentro del videojuego.



Elemento original y versión vectorizada.

Juego: Rock of Ages II.



Se determina que el contenido del elemento se encuentra en la silueta de la puerta y la estrella, que indica el paso bloqueado y la cantidad de recursos necesarios para avanzar, respectivamente.

Juego: Rock of Ages II.

6 Etapa Proyectual

6.1 Descripción

El proyecto se define como una investigación de tipo cualitativa, es decir, se trata de una investigación la cual se define por su enfoque en las características y cualidades del fenómeno observado. El instrumento principal utilizado en esta investigación fue la observación participante, de la cual, se experimentó de forma directa con los elementos a estudiar del fenómeno, obteniendo la información directamente del fenómeno mismo. A esto se le aplicó como complemento entrevistas que proporcionan información y vistas que son esenciales para complementar la comprensión del fenómeno, los elementos investigados y la escena general del videojuego chileno. La observación e interacción con los elementos a investigación, dan a lugar a la realización de un análisis y crítica vista desde el punto de vista del Diseño Gráfico a través de los parámetros de la usabilidad.

El proyecto decanta en la creación de un proyecto de editorial digital interactivo el cual contiene material escrito, visual y audiovisual, aprovechando las cualidades del formato digital.

6.2 Usuarios

A. Diseñadores o diseñadores en formación

Será de interés para aquellos interesados en la industria de los videojuegos, que deseen producir sus propios proyectos o participar de uno, en la publicación encontrarán una cantidad considerable de referentes, información pertinente y una percepción del estado del arte de los videojuegos producidos en Chile durante la época que cubre el libro.

B. Desarrolladores de videojuegos o desarrolladores de videojuegos en formación

Aplicando el mismo punto de vista para los diseñadores, este material sirve para aquellos desarrolladores de videojuegos tanto profesionales como novicios los cuales esté llevando a cabo sus proyectos o participando de alguno, encontrando material referencial e información pertinente la cual puede servir de apoyo para comprender las estructuras visuales usadas en los videojuegos y el análisis de estos usos, además, podrán conocer el estado del arte de los videojuegos nacionales durante la época que cubre el libro.

C. Entusiastas del mundo de los videojuegos

La escena de los juegos a lo ancho, está llena de entusiastas a los cuales les gusta saber de curiosidades de la industria al igual que detalles técnicos, por ello, resulta destacable la posible utilidad de la investigación para traer a la luz lo que el patrimonio chileno tiene para ofrecer en el ámbito de los videojuegos. Además, presenta una instancia en la cual se puede dar a conocer la escena del videojuego nacional a los propios chilenos.

Extranjeros (diseñadores, artistas, editores, periodistas)

Este proyecto pretende ser una ventana a lo que es la estructuración visual de los videojuegos junto a un registro extenso de los elementos utilizados en los proyectos nacionales, otorgando visibilidad a la escena. La escena nacional de videojuegos se puede considerar como algo de nicho dentro de un nicho más grande que son los videojuegos en general, inclusive dentro del país, la escena es relativamente desconocida y mucho menos conocida a nivel internacional dentro del público general, por lo que, este proyecto otorga una instancia más de dar a conocer el rubro dentro del país.

6.3 Contexto de uso

A. Como documento histórico

El proyecto realiza la función de ser portador del patrimonio gráfico que se rescata.

B. Como muestra de estado del arte de la escena en Chile

Dentro de un período específico, otorgándole un punto específico en la historia de la escena nacional.

C. Como material referencial

El proyecto se presentará de utilidad tanto como para diseñadores y desarrolladores los cuales pertenezcan o estén buscando entrar a la escena del videojuego, iniciar proyectos periclitantes o relacionados a la creación de un videojuego, utilizando los elementos de los videojuegos chilenos presentes en el libro.

6.4 Contexto del proyecto

La época moderna en la que nos encontramos es una mayoritariamente líquida, en donde nada es permanente. Esto es aún más real en cuanto a servicios y, consecuentemente, videojuegos se refiere, en donde hoy en día los juegos se distribuyen mayoritariamente de forma digital, basta que el servicio de distribución se caiga para que el juego quede inaccesible o se acabe la licencia para se cierren los servidores. De la misma manera, un videojuego moderno, por lo general, no es el mismo al momento de lanzamiento como lo es al final de su ciclo, la naturaleza digital y online permiten realizar cambios mecánicos, narrativos, corrección de errores, dirección de arte, etc, de una manera sencilla que reemplaza o corrige la anterior. En base a lo expuesto anteriormente, se considera relevante la recopilación del patrimonio.

6.5 Plan de trabajo

Etapa	Actividad	Tarea
Problema de Investigación	Planteamiento de ideas	- Plantear, explorar y discutir posibles ideas, en base a intereses y trabajo previo, para definir el tema de investigación.
	Oportunidad de investigación	- Recopilar antecedentes del área a investigar. - Identificar, según los antecedentes recopilados, las oportunidades posibles que tiene la investigación.
	Definición de la investigación	- Llegar a determinar el problema de la investigación. - Justificar la necesidad de la investigación.
	Planteamiento de objetivos	- Proponer objetivos generales. - Proponer objetivos específicos.
	Plantemiento de preguntas	- Desarrollar las preguntas clave a contestar en la investigación.
	Viabilidad de la investigación	- Evaluar si el alcance propuesto de la investigación es viable y el por qué.
Marco Teórico	Uso bibliográfico	- Realizar una revisión inicial en torno a la literatura utilizada. - Generar las definiciones iniciales en torno a las fuentes revisadas.
	Definiciones del Marco Teórico	- Determinar el Marco Teórico.
Metodología	Definir	- Realizar proyecciones posibles de la investigación. - Plantear el enfoque de la investigación. - Realizar la clasificación de informantes.
	Realización del Estudio Cuantitativo	- Realizar las entrevistas - Procesar, categorizar y desarrollar las entrevistas. - Realizar la observación participante. - Procesar, recopilar y seleccionar los elementos y pantallas clave en los videojuegos. - Categorizar y sistematizar lo recopilado según los criterios de diseño definidos. - Determinar observaciones preliminares de los hallazgos de la investigación.

Etapa	Actividad	Tarea
Etapa Proyectual	Definir	- Descripción del proyecto.
	Usuarios	- Definir a los usuarios tentativos a los que está dirigido el proyecto. - Definir los contextos de uso que tendrá el proyecto.
	Contexto del proyecto	- Plantear el contexto del proyecto.
	Plan de trabajo	- Plantear y determinar las etapas, actividades y tareas pertinentes del proyecto.
	Definir recursos	- Determinar recursos humanos. - Determinar recursos técnicos y tecnológicos. - Determinar costes y presupuestos
Proceso Creativo	Generación de contenido	- Generación de contenido en base a la obtención del material, entrevistas, exploraciones, observaciones y creación de la marca.
	Creación del código visual	- Revisión de referentes proyectuales. - Crear sistema de organización de archivos. - Revisión del material obtenido de la observación participante. - Selección de fotogramas clave. - Extracción, clasificación y procesado de elementos. - Creación de la marca. - Determinar la paleta de colores. - Determinar dimensiones y grillas de diagramación del proyecto. - Creación de elementos propios del libro. - Desarrollar material complementario. - Elegir tipografías para el libro. - Editar contenido de video. - Transcripción de entrevistas. - Diseño de portadas del libro. - Diagramar el libro.
	Diseño digital de la publicación	- Insertar contenido interactivo. - Creación de acciones de uso. - Exportación del proyecto.

Etapa	Actividad	Tarea
Proceso Creativo	Gestión	<ul style="list-style-type: none"> - Determinar los medios de difusión del proyecto. - Determinar una línea de tiempo que siga el progreso del proyecto. - Realizar proyecciones de presupuesto para el financiamiento del proyecto.
Conclusiones	Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> - Determinar las conclusiones obtenidas.

6.6 Recursos

6.6.1 Humanos

Entrevistados

Personas quienes cooperaron al desarrollo de la investigación a través de su buena voluntad y disposición, que accedieron a participar en las entrevistas:

Carlos Bordeu: cofundador del estudio ACE Team, junto a sus hermanos Andrés y Edmundo. Dentro del estudio se desempeña principalmente como desarrollador y game designer. También se desempeña en consultoría y educación sobre videojuegos.

Oscar Cerda: cofundador y exmiembro de Micropsia Games. Actualmente se desempeña como desarrollador y consultor freelance. También se desempeña como ingeniero en sonido y Desarrollador web.

Rubén Jacob: diseñador, en donde se desempeña en múltiples aspectos como consultoría. También se desempeña como evaluador FONDART²⁷, como académico de la Universidad de Chile e investigador en diseño emocional.

También cabe mencionar a toda la gente que le realicé encuestas rápidas y preguntas para obtener opiniones diversas con respecto a varios tópicos y decisiones. También realizo una mención a **Walter Veneros (Fundador/desarrollador en UlpoMedia)**, con el cual se tuvo una conversación con respecto a la industria de los videojuegos chilena, la internacionalización y el estado de la industria en general de los videojuegos.

27. FONDART: Fondo Nacional para el Desarrollo Cultural y las Artes, institución gubernamental del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes encargada de entregar fondos públicos a proyectos para la promoción del arte, cultura y herencia.

6.6.2 Tecnológicos

Herramientas tecnológicas:

PC: Utilizado como plataforma principal de trabajo en que se realiza el diseño y la edición del contenido, la reproducción y grabación de los videojuegos elegidos, además de la creación de la publicación. Uso de la Adobe Suite (Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects, Audition), MS Office (Word, Excel), Steam, OBS, herramientas de desarrollo web.

OS: Windows 10.

Marca/modelo: Ensamble personalizado.

NoteBook: Plataforma utilizada como estación de trabajo remoto, su uso radica en la revisión de bibliografía, pruebas de compatibilidad del proyecto y hosting.

OS: Windows 10.

Marca: HP.

Modelo: Envy 360x 13 2 in 1.

Smartphone: utilizado como instrumento de comunicación y grabación para las entrevistas.

Marca: Xiaomi.

Modelo: Redmi 9S.

Tableta Gráfica: para el uso de las aplicaciones gráficas.

Marca: XP-Pen

Modelo: Artist 16.3

6.6.3 Software:

Adobe After Effects/Media Encoder: utilizado para la extracción de los elementos en los videojuegos los cuales tengan animaciones y renderizar el contenido de video.

Adobe Audition: utilizado para mejorar la calidad de audio en ciertas grabaciones.

Adobe InDesign: utilizado para la diagramación, creación y compaginación de la publicación.

Adobe Illustrator: utilizado como herramienta de prototipado del libro y para la creación de contenido vectorial.

Adobe Photoshop: utilizado para el retoque y edición de los elementos de los videojuegos y la creación de contenido.

Flip PDF professional: programa utilizado para la creación de la publicación.

Media Player Classic: reproductor multimedia avanzado para realizar la revisión de las grabaciones y la toma de fotogramas clave.

MS Office: uso principal de Word y Excel para la producción de contenido escrito y gestión del proyecto.

No-IP: servicio de DNS dinámico y hosting con versiones tanto gratuitas como pagas, que permite crear una dirección de ip temporal para fines del proyecto.

WIX: plataforma de desarrollo web en la nube y hosting. Se utilizó su software para hacer la landing page del proyecto.

XAMPP: software gratuito que permite la gestión de base de datos MySQL, servidores web Apache y los intérpretes para lenguajes de script PHP y Perl. Se utilizó para montar un servidor Apache en donde se ubicaron los archivos del proyecto para luego conectarse a la web.

6.6.4 Presupuestos

Costos y Valor total del proyecto, planificado en un plazo de 6 meses (24 semanas) para su desarrollo.

Gastos	Tipo de unidad	Valor unitario	Cantidades	Valor total
Servicios a honorarios				
Diseñador	Hora	\$5.000	192	\$960.000
Diagramador	N° de paginas	\$1.500	600	\$900.000
Retoque de imágenes	Cant. de imágenes	\$700	1000	\$700.000
Audiovisual (Captura y edicion)	Hora	\$4.500	120	\$540.000
Productor digital	Cant. de imágenes	\$700	900	\$630.000
Programador web	Hora	\$4.000	160	\$640.000
			Total	\$4.370.000

Materiales				
Juegos	Unidad (aprox.)	\$7.500	8	\$60.000
			Total	\$60.000

Software				
Google docs	Año	\$-	0	\$-
Flip PDF Pro	Unidad	\$330.000	1	\$330.000
Adobe Suite	Mes	\$54.410	6	\$326.460
			Total	\$656.460

Gastos	Tipo de unidad	Valor unitario	Cantidades	Valor total
Equipos				
Camaras de video	Arriendo Mensual	\$65.000	4	\$260.000
Notebook portátiles	Arriendo Mensual	\$280.000	6	\$1.680.000
Discos duros SSD portátiles	Compra	\$60.000	5	\$300.000
			Total	\$2.240.000

Servicios corporativos				
Hosting	Año	\$33.900	1	\$33.900
Dominio	Año	\$11.000	1	\$11.000
Administracion de site	Año	\$420.000	1	\$420.000
Google One	Año	\$14.000	1	\$14.000
			Total	\$478.900

Difusión				
Servicios SEM	Año	\$300.000	1	\$300.000
Servicios SEO	Año	\$150.000	1	\$150.000
			Total	\$450.000

Coste total del proyecto: \$8.255.360

Medios de financiamiento

Mientras que un a publicación digital cuenta con las ventajas de no tener que depender de medios físicos, este aún cuenta con sus propios costosa de mantención y desarrollo, como lo es el software para su desarrollo, costos de hosting y dominio o los costos en personal para continuar el desarrollo del proyecto o la mantención de lo que ya existe. Una de las vías de financiamiento más tentativas es la postulación a los fondos culturales FONDART:

Fondo para el fomento del Diseño

Fondo que financia de forma total o parcial proyectos enfocados al desarrollo de productos, bienes y servicios de significación cultural, vinculado a los ámbitos que aporten innovación y generación de valor desde la disciplina del diseño.

Fondo de Artes Visuales

Fondo que busca resguardar el patrimonio cultural.

Fondo de Nuevos Medios

Fondo que promueve la creación de vanguardia mediante la puesta en valor de proyectos donde confluya el arte, la ciencia, la tecnología y la sociedad.

Fondo del Libro y la Lectura

Fondo que consiste en fomentar y promover proyectos, programas y acciones de apoyo a la creación literaria, la promoción de la lectura, la industria del libro, la difusión de la actividad literaria, el fortalecimiento de las bibliotecas públicas y la internacionalización del libro chileno.

Medios de difusión

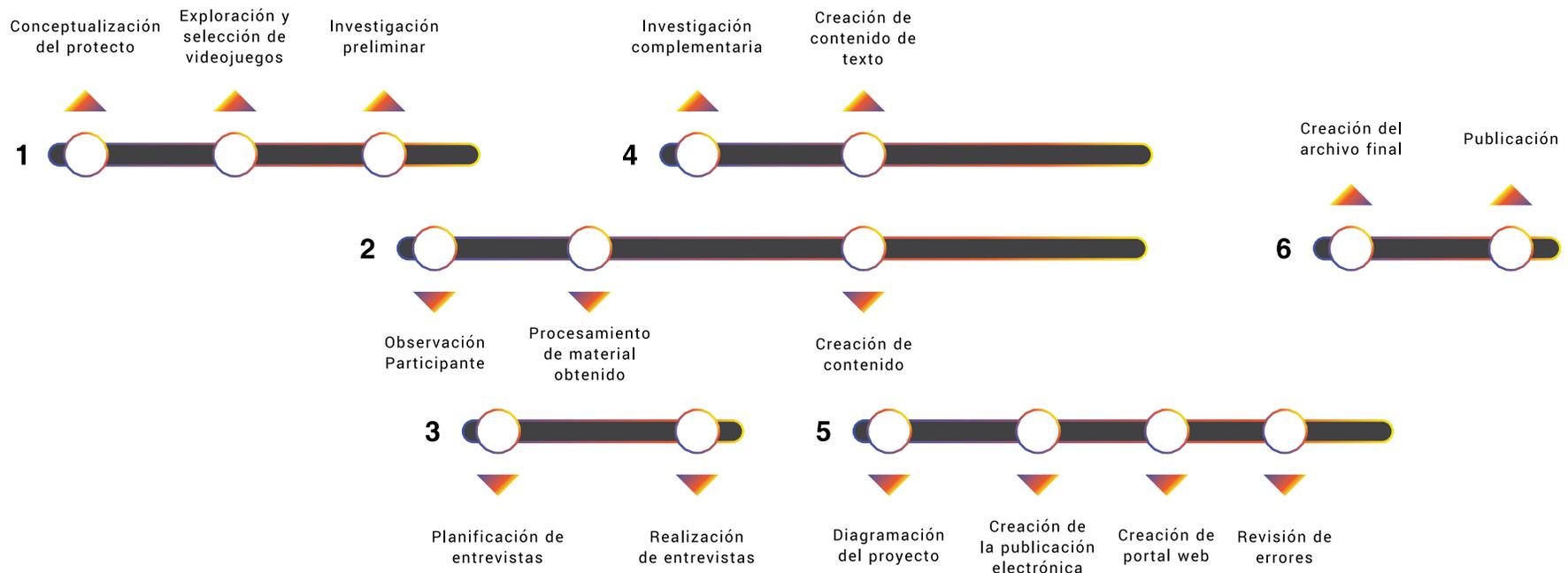
El proyecto tiene como principal enfoque a los desarrolladores/ diseñadores que trabajan en la industria, por lo que en su primera etapa, hacer llegar la publicación a estos es el principal enfoque, ya sea a través de ofrecimientos directos o campañas de mailing.

En segunda instancia se tiene en cuenta a lugares de archivo como bibliotecas y universidades además de, tiendas de libros con la finalidad de también llegar al público entusiasta de la escena.

Para la finalidad de llegar al público entusiasta e incrementar la difusión de la existencia del proyecto, se tiene proyectado el empleo de campañas de difusión en redes sociales y motores de búsqueda.

6.7 Línea de tiempo

En esta serie de líneas, expresa de manera gráfica un aproximado de cómo fue desarrollado el proyecto, viendo cada paso y cuáles procesos se llevaron de manera paralela.

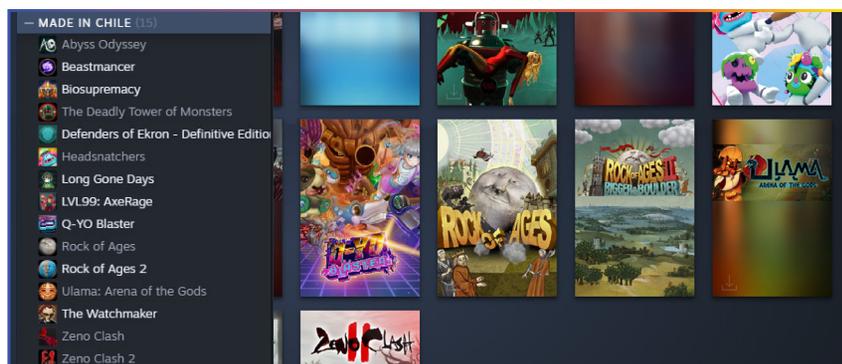


7 Proceso Creativo

7.1 Generación de Contenido

Obtención y selección de los videojuegos

Proceso en el cual me dediqué a explorar el mercado de los videojuegos chilenos. Decidí que lo mejor sería obtener los juegos de un solo lugar y que los tuviera bien organizados, por ello, la plataforma de Steam fue la mejor opción en donde se presenta la mayor variedad de videojuegos disponibles y estos tienen su información básica en sus páginas respectivas en la tienda. Para la muestra se exploró títulos de múltiples géneros que datan sus publicaciones desde el 2009, decidí que revisaría hasta el 2018 para evitar encontrarme con juegos en desarrollo.



Carpeta contenedora de la selección de los videojuegos hechos en Chile una vez adquiridos en la plataforma de Steam.

Los títulos seleccionados fueron aquellos publicados entre los años 2017 al 2018. La selección se debe a que durante esos años se encuentran la mayor variedad de géneros y estilos, en donde, de ocho videojuegos, solo dos títulos comparten género. Cabe de notar que la

fecha de publicación que se muestra en la tienda se refiere a la fecha en cuando se incorporó a la plataforma de Steam y no a la fecha de lanzamiento inicial, pero a fines de la investigación decidí utilizar las fechas de la tienda.

Una vez comprados los videojuegos, se procedió a comenzar la observación participante.

Observación participante

Cada uno de los títulos seleccionados se exploraron bajo la premisa de ser un jugador normal que experimenta los títulos por primera vez. Todo el proceso fue grabado en donde cada observación tuvo un tiempo máximo de duración hasta una hora o hasta que se obtenga la sensación de que se obtuvo la información suficiente para determinar la tajada vertical o representativa de lo que se puede llegar a esperar a encontrarse dentro de cada videojuego.

Selección de fotogramas clave

Una vez realizada la observación participante, inicia el proceso de selección de los fotogramas claves de los cuales se realizarán los análisis pertinentes y la extracción de los elementos de usabilidad para su posterior clasificación y análisis individual.

El proceso de selección constó de revisar las grabaciones realizadas durante la observación participante y tomar capturas de pantalla por cada instancia que se considerara pertinente. Aquí se revisan las grabaciones al detalle, se abandona la premisa de ser un jugador más y se comienza a revisar bajo la vista del diseño. Entre los momentos en los que se prestó principal atención destacan las siguientes instancias:

- Cambios de pantallas para poder definir el “Itinerario del Jugador” y los mapas de pantallas.
- Momentos clave de la experiencia para poder determinar el “Loop de Juego”.
- Observar los tipos de interfaz que el juego utiliza, lo que permite poder clasificar los distintos tipos de menús dentro de cada videojuego.
- Interacciones del jugador con el entorno y los distintos elementos, definiendo los distintos elementos, sus interacciones y sus jerarquías visuales.

Extracción y selección de los elementos

Dentro de la selección de los fotogramas clave, se realiza una revisión de estos bajo la premisa de tomar todos aquellos que contengan la primera instancia de un elemento, distintos estados de la interacción o variantes de este. Estos luego son llevados a el programa gráfico pertinente; Photoshop para extraer y restaurar (de ser necesario) los elementos en formato PNG. Los elementos que posean animaciones destacables son llevados a After Effects para su extracción y edición para luego ser guardados en formato MP4.

Los elementos, posteriormente, son almacenados en carpetas especializadas según sus instancias de interacción; Menús, Combate, Exploración, Modo de juego, etc.

Observaciones

Al final el procesamiento de los fotogramas clave y la extracción de los elementos, procedo a realizar las observaciones relacionadas a



Fotografía tomada durante la Observación Participante del videojuego Q-YO Blaster.

la pauta de análisis mencionada en el apartado de “Criterios para la categorización y sistematización de casos”, para generar el material escrito y gráfico del proyecto.

Entrevistas

El aspecto cualitativo de la investigación es uno esencial para el proyecto, lamentablemente, la pandemia puso varias trabas al minuto de lograr entrevistas en donde me encontré con varios estudios que no se encontraban disponibles, ya sea por tiempo o por desaparición, debido al gran golpe que esta situación tan especial que fue la pandemia. A pesar de esto, las entrevistas que logré me dejaron ver la situación de la industria del videojuego chileno desde dos polos que aún convergieron en que la industria nacional aún no ha logrado crecer lo suficiente para ser estable, lo que es consecuente con la dificultad para lograr las entrevistas.

La definición del branding del proyecto

El proyecto se presenta bajo el nombre de “Start Vault”. El nombre tuvo inspiración en lo retro, esto fue en base a las entrevistas, blogs y el documental Chile Game, que determiné que la escena del videojuego en Chile de hoy sigue con una fuerte influencia de la era retro de los videojuegos que junto a otras referencias que se detallan en el apartado de “Creación de la marca” buscan dar la impresión de esta escena que aún está en su inicio con una relación fuerte a sus raíces y que este libro es una de las bóvedas que contienen su historia.

7.2 Creación del código visual

En esta sección se procederá a describir los distintos procesos que se llevaron a cabo para la realización del proyecto a través de un formato de memoria. Se repasarán los procesos para la creación del código visual desde sus referentes hasta las distintas elecciones que conforman la línea gráfica del proyecto como dimensiones, formato, tipografía, paleta de colores, creación de marca, etc.

Referentes proyectuales y visuales:

En primera instancia, los referentes proyectuales que influenciaron mayoritariamente la creación del proyecto se le puede atribuir a dos proyectos independientes: Design Doc y InterfacelnGame.



Design Doc

Canal en YouTube dedicado a la creación de contenido en relación al desarrollo de videojuegos, con un enfoque a realizar análisis a los aspectos que permiten hacer sentir los juegos como juegos o, como también lo podemos definir, el “Game Feel”.

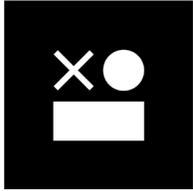


Imagen de introducción al primer capítulo de la serie “Good Design, Bad Design”.

El contenido que destaca como referente y la razón de cómo encontré su canal, es la serie que desarrolla llamada “Good Design, Bad Design”: inspirada en los sketches de comedia de los Animaniacs²⁸ “Good Idea, Bad Idea”²⁹: el creador de contenido en cada capítulo ofrece un compilado de análisis de varios aspectos de las interfaces de varios juegos, poniendo en contraste los ejemplos y ejerciendo su juicio sobre si la interfaz está bien lograda o no y en qué podría mejorar.

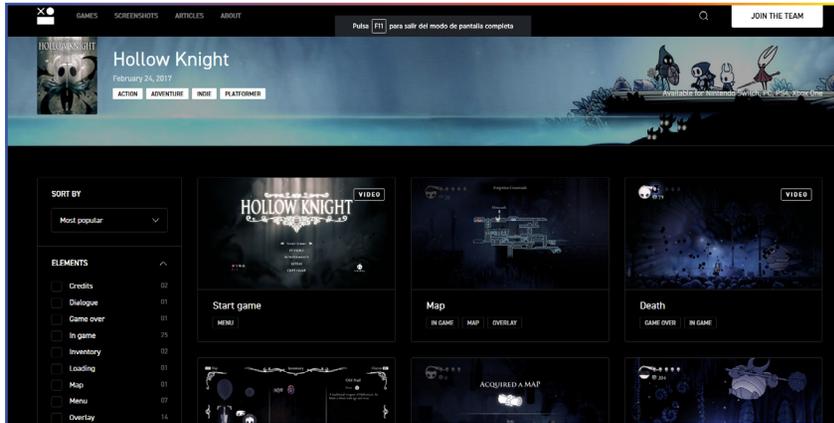
28. Animaniacs (1993): serie animada de comedia creada por Tom Ruegger, producida por Steven Spielberg y Warner Bros.

29. Good Idea, Bad Idea: segmento de la serie Animaniacs en donde se contrasta una situación normal con una versión exagerada de la anterior, siendo presentada como una “mala idea” con fines cómicos.



InterfacelnGame

Proyecto el cual tiene como objetivo archivar los elementos de interfaz, capturas de pantalla y animaciones de todos los videojuegos con la finalidad de servir como material referencial para futuros proyectos.



Página de InterfacelnGame dedicada al videojuego HollowKnight.

El proyecto funciona a través de un sitio web y se dedica a realizar entradas por cada videojuego que tiene registrado en el cual se encuentran capturas de pantalla y videos de los elementos de interfaz, animaciones, instancias de interacción, entre otros. Estos sin ninguna edición o comentario, con un formato desordenado el cual utiliza un sistema de tags que con el menú lateral permite filtrar las distintas categorías para encontrar lo que se busca. Además, el sitio presenta una sección de artículos sobre noticias del desarrollo de videojuegos.

El sitio opera por un equipo de voluntarios que recopilan los elementos de los juegos y editan el sitio, el proyecto es financiado por el aporte voluntario de la gente.

En respecto al formato de libro digital, este vino por parte de sugerencia de mi profesor guía al tener dificultades en poder determinar cuál sería el mejor medio para representar el proyecto debido a la dificultad de introducir las animaciones sobre los elementos de manera que no requiriera de métodos que interrumpieran el flujo de lectura/uso de forma constante, debido que inicialmente tenía en mente un sistema que utilizara códigos QR o enlaces a distintos sitios, similar al método del libro Game Feel en donde utiliza un sitio web como complemento del libro, pero tras las conversaciones y sugerencias de mi profesor el formato de libro digital resultó como algo que presentaría menos trabas para el uso de los usuarios.

Como referentes del formato, se tomaron referencia varios ejemplos de publicaciones de los sitios web de distintos servicios de creación de libros electrónicos además de, tomar en consideración los formatos de los proyectos de título ya referenciados previamente: Divset de Fernanda Kauak y Memorias de Cartón de Maximiliano Berner.



Portada del proyecto Experiencias de Cartón por Maximiliano Berner.



Portada del proyecto DivSet por Fernanda Kauak.

7.3 Organización de Archivos

A medida que avanzaba en la selección de fotogramas clave del primer juego me percaté que era muy probable que la cantidad de elementos que se generarían a lo largo del proyecto serían más que considerables, por lo que, la creación de una organización para los archivos que me permitiera encontrar rápidamente lo que estuviera buscando me resultaría de gran utilidad a medida que avance en el proyecto y me encuentre en la creación del proyecto.

El sistema de organización cuenta de 8 principales: Contenido, Correcciones, Documentación, Libro, Juegos, Plantillas, Pruebas y

Grabaciones Raw, las cuales tienen sus propias sub carpetas.

Contenido: Aquí se encuentran todos los archivos relacionados con el contenido creado de forma específica para el proyecto, como gráficos, iconos, botones, etc.

Correcciones: tiene como propósito contener archivos individuales ocupados para realizar correcciones a las páginas del proyecto para luego reemplazar a las originales en la publicación final.

Documentación: esta carpeta contiene todos los archivos correspondientes a la creación del proyecto, como los archivos Word/Excel, PDF, grabaciones de entrevistas, logos de los estudios y del proyecto, apuntes y las tipografías.

Libro: contiene el archivo libro Indd del proyecto además de las distintas versiones del proyecto.

Juegos: Contiene carpetas separadas para cada uno de los juegos las cuales tienen la siguiente estructura interna:

Videos de gameplay procesados

Carpeta de archivos After Effects

Carpeta de archivos Indd y Ai

Carpeta de Elementos: esta contiene el logo del juego, su arte promocional y un sistema de sub carpetas que categoriza los elementos según su instancia de interacción y función.

Carpeta de video: contiene los videos de los elementos con animaciones en formato mp4.

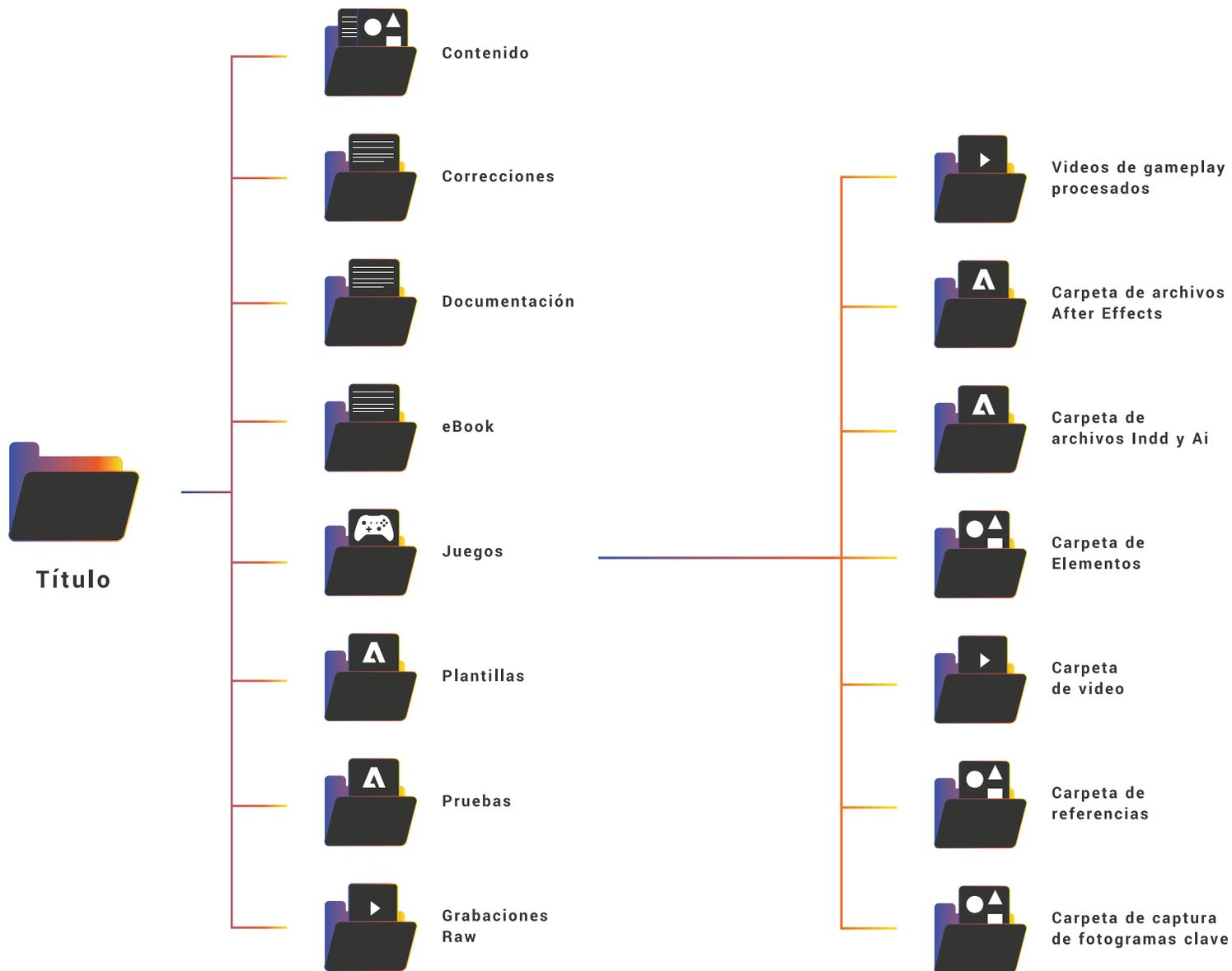
Carpeta de referencias: contiene los posibles referentes del juego.

Carpeta de captura de fotogramas clave

Plantillas: carpeta que contiene los archivos de plantilla para las distintas partes del proyecto en formatos Ai, Indd y PS.

Pruebas: en esta carpeta se encuentran los archivos con las distintas pruebas de secciones del proyecto, como pruebas tipográficas, pruebas de portada, fondos, etc.

Grabaciones Raw: Aquí están las grabaciones de la Observación Participante en un formato sin procesar.



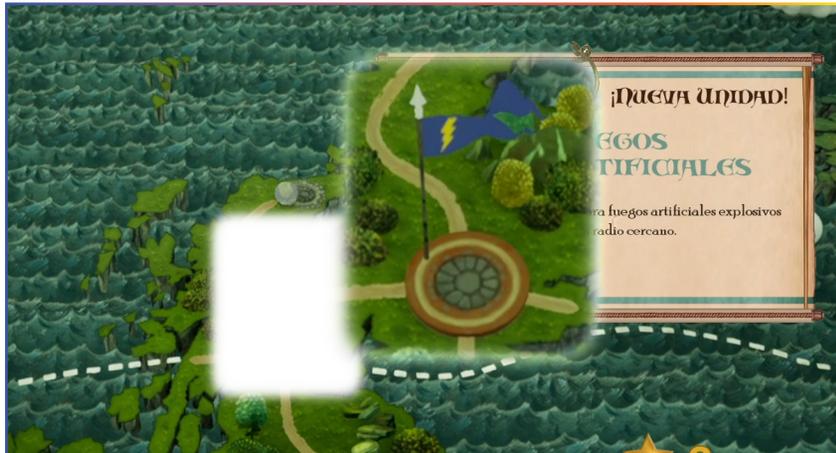
Sistema de carpetas usadas para el proyecto.

7.4 Revisión del material obtenido de la Observación Participante

Luego de procesar las grabaciones de la Observación, se procedió a recopilar los fotogramas clave para obtener los elementos y generar el contenido pertinente.

A. Selección de fotogramas clave

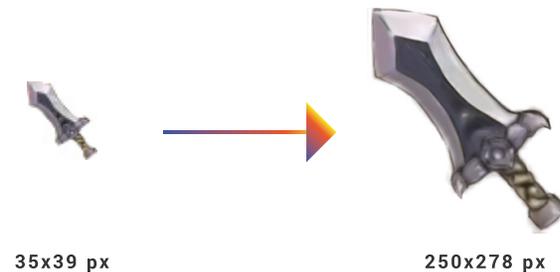
A través del uso del reproductor se inspeccionó cada grabación y se fueron tomando capturas de pantalla en los momentos que se consideraron relevantes o que tuvieran la presencia de los elementos de usabilidad. Las capturas son almacenadas en las carpetas de fotogramas clave correspondientes a cada juego.



Extracción de elementos. Indicador de niveles, Rock of Ages II.

B. Extracción, clasificación y procesado de elementos

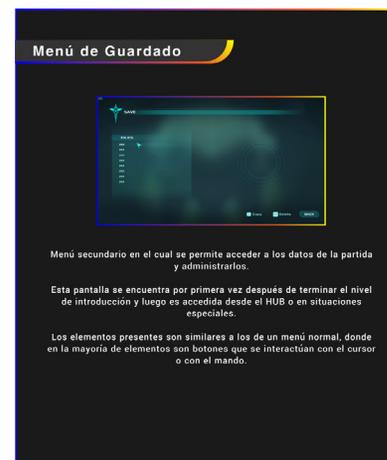
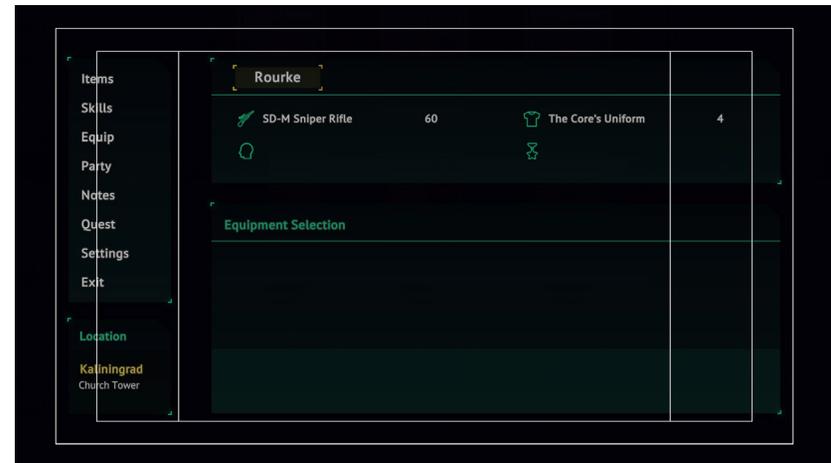
Una vez ya obtenidos los fotogramas, se seleccionan aquellos que tengan los elementos buscados y se envían a Photoshop en donde son recortados y retocados (de necesitarse), para finalmente ser guardados con un nombre descriptivo de su función en formato PNG en las carpetas correspondientes según función/interacción. Elementos de exploración, puzzles, modo de juego, entre otros.



Reescalado y retoque de elementos. Cursor de ataque, Beastmancer.

C. Otras categorías

Aquí entra el contenido que es creado a través de los fotogramas clave como la vista de los márgenes de títulos, tarjetas de información y contenido de los carruseles de imágenes.



Superior, Márgenes seguros, Long Gone Days.
Izquierda, Tarjeta de información, Defenders of Ekron.
Derecha, Slides para los carruseles de los elementos de controles, Rock of Ages II.

7.5 Creación de marca

La creación de la marca del proyecto se concibió durante el desarrollo del libro, en donde se presentaba la necesidad de tener un concepto que encerrara los conceptos y diera orden a la visualidad del proyecto. En este punto, el proyecto ya estaba tomando una estética en específico que fue reforzada una vez que se logró definir la marca.

El proyecto estaba teniendo una dirección retro de los arcades, con toques del estilo vaporwave, esto sirvió de base para el comienzo de la exploración de conceptos clave, los cuales son: Bóveda, Abierta, Retro, Gaming.

Los referentes explorados para la creación de la identidad son:

Retro / Arcades

El concepto del retro es algo que hasta hoy en día influencia de manera significativa a la escena nacional de desarrollo de videojuegos debido a que gran parte de los desarrolladores de hoy fueron jugadores que estuvieron participando cuando la industria se encontraba en sus inicios, por ello, los conceptos provenientes del estilo del vaporwave³⁰ con el espíritu retro del gaming en Chile rescatando elementos como el neón, la estética con colores saturados de los arcades y las interfaces con formas simples de los juegos clásicos.

Cultura Gaming

La cultura gaming de hoy tiene algo especial en cuanto a su presencia estética, debido a que no es secreto que la gran mayoría de los jugadores poseen un gusto por la tecnología y lo militar, lo que se refleja en el diseño de sus productos. La ciencia ficción resulta de gran inspiración para el diseño de consolas, PCs y periféricos en donde se busca que crear un producto que proviene del futuro con luces que no presentan ninguna utilidad con cuerpos de color oscuros o blancos para generar contraste y formas complejas que muchas veces tienden a terminar en puntas o aparatoso con ese sentido “edgy”³¹ que busca la impresión de “mírame, soy algo serio” que le suele gustar a muchos jugadores, las marcas como MSI³² y Razer³³ son principales ejemplos.



El videojuego Q-YO BLASTER es un excelente ejemplo de la estética vaporwave.

30. Vaporwave: también conocido como Retrowave, es un estilo en base a un género de música electrónica del mismo nombre que referencia a elementos de la cultura del internet de los 80-90s.

31. Edgy: término de internet usado para describir algo o alguien que aparenta verse oscuro o rebelde. Similar al estilo emo, el negro predomina con pequeños toques de color, por lo general el color rojo.

32. MSI: Micro-Star International es una compañía taiwanesa de tecnología especializada en el ámbito de PC.

33. Razer: compañía de tecnología singapurense-estounidense, conocida por su línea de hardware para gaming.



Ejemplo de un PC con la estética "gamer".



Ejemplos de productos de Razer (izquierda) y MSI (derecha).

PS Underground / Bethesda

PlayStation Underground se trataba de un servicio de suscripción durante la era de la primera consola de PlayStation. El servicio ofrecía como beneficio una revista con lo último en noticias, guías y datos sobre los videojuegos que, además, cada edición incluía un disco con demos de los últimos juegos presentes en la consola. El CD venía con una introducción al servicio además de, un menú con estilo cyberpunk³⁴ en donde una alcantarilla proyectaba la selección de juegos sobre un muro, cuando uno era seleccionado, la cámara llevaba al jugador dentro de la alcantarilla que resultaba ser una bóveda que se abría y comenzaba a cargar el demo.

El logo de Bethesda Game Studios obtiene su morfología de las bóvedas presentes en la franquicia Fallout del estudio, realizando un complemento con la estética de la bóveda de PS Underground.



Pantalla de selección de Underground Jampack (izquierda). Logo de Bethesda Game Studios (derecha).

34. Cyberpunk: género de ciencia ficción en donde usualmente se sitúa en futuros distópicos en donde la alta tecnología es prominente como hologramas, autos voladores, prótesis cibernéticas, etc, combinadas con pobreza y problemas sociales como la corrupción.

RPG's

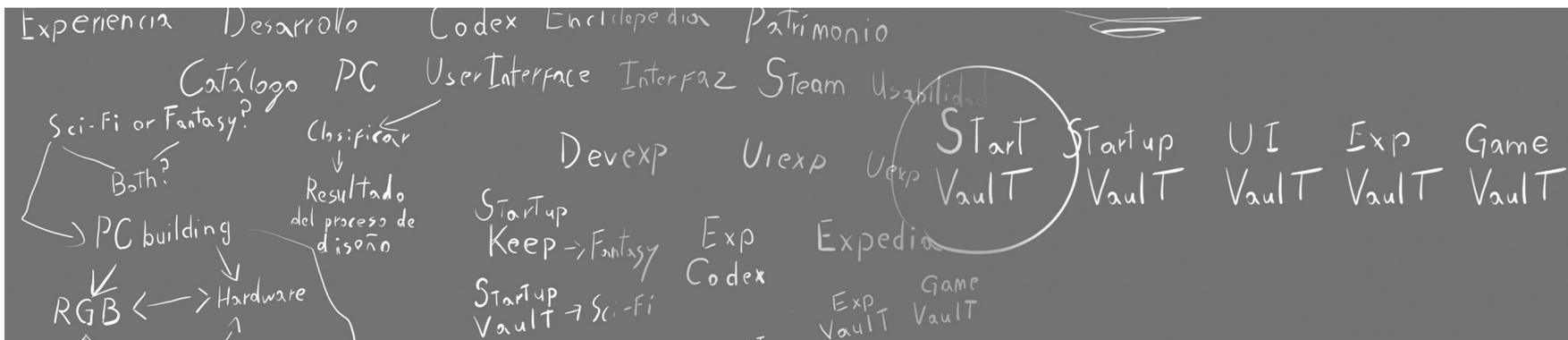
Los menús dentro de los juegos retro de las primeras consolas/arcades, son icónicos con un estilo de consola de comandos debido que, en esos tiempos, el desarrollo de una GUI era algo muy complicado de desarrollar e implementar con el hardware disponible de la época, pero su uso simple y directo al grano aún tiene un lugar en la mente de los jugadores y que hoy en día todavía se pueden ver referencias a ese estilo, sobre todo en los videojuegos del género RPG provenientes de Japón.



Menús del videojuego Final Fantasy VII (1997), creado por Square Soft.

Proceso inicial

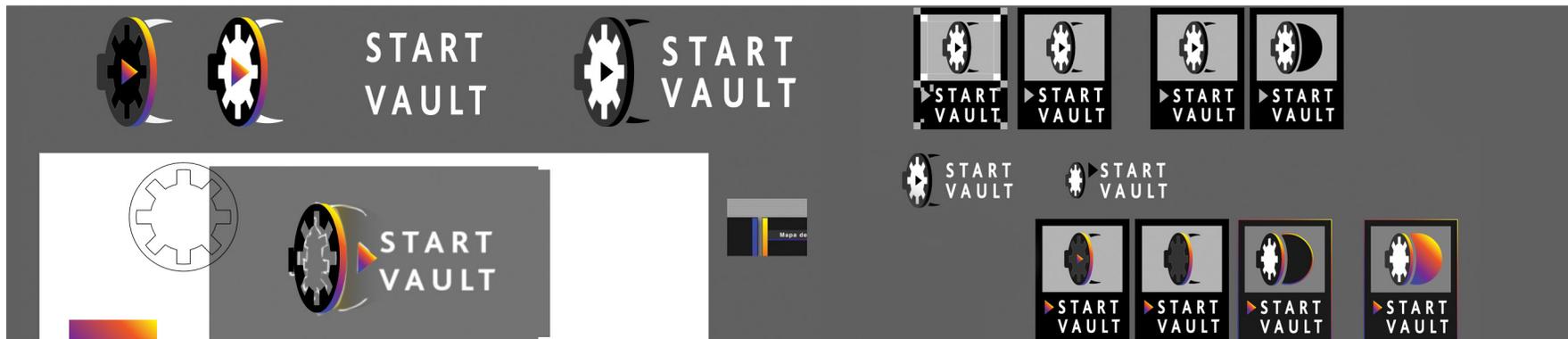
En base a los conceptos vistos anteriormente, comenzó el proceso de las primeras ideas en un documento en donde se realizó un brainstorming con el fin de obtener los conceptos clave, palabras úties y los primeros atisbos de un nombre. En base a se vieron nombres como Devexp, Ulexp y Expedia, los cuales se centraban en el concepto de la experiencia de usuario y el proceso de desarrollo o la interfaz en sí. Llevando una exploración más orientada hacia el concepto de “patrimonio” se llegó a la palabra “codex” que luego cambiaría a “keep” y por último a “vault” buscando un estilo y sonido más tecnológico. En el último proceso se decidió por el nombre “Start Vault” en donde la palabra “start” lleva el concepto de material referencial, un inicio para un proyecto, una bóveda con material para iniciar un proyecto que. Además, posee una sensación de que es perteneciente al ámbito de los videojuegos.



Evolución del concepto

Con el nombre decidido, el isotipo de Star Vault fue decidido en base a los conceptos en donde se crea la representación de esta silueta de una puerta de bóveda la cual se está abriendo como signficante de esta “bóveda del inicio”. La figura de la bóveda está contenida por un recuadro el cual hace referencia a una pantalla de estilo retro de una máquina de arcade o de consola portable como el Gameboy, en la parte inferior contiene el nombre escrito en tipografía de estilo grotasca que junto al elemento del triángulo el cual actúa como cursor en un menú de RPG eligiendo el inicio del juego. El conjunto de sus elementos crea una imagen que simula una consola retro la cual tiene la opción de empezar el ingreso a la bóveda en pantalla.

La selección de colores ayudaron a definir la paleta de color del resto del proyecto, se seleccionaron negros, blancos y grises para generar un contraste alto con los detalles a color los cuales siguen las referencias vaporwave y actúan como las luces de un dispositivo tecnológico con un espectro de color simulando la iluminación LED de las consolas y ordenadores.



R:26 G:26 B:26
#1A1A1A



R:0 G:0 B:255
#0000FF



R:238 G:87 B:38
#EE5726



R:255 G:255 B:0
#FFFF00



R:255 G:255 B:255
#FFFFFF



R:15 G:200 B:15
#0FC80F

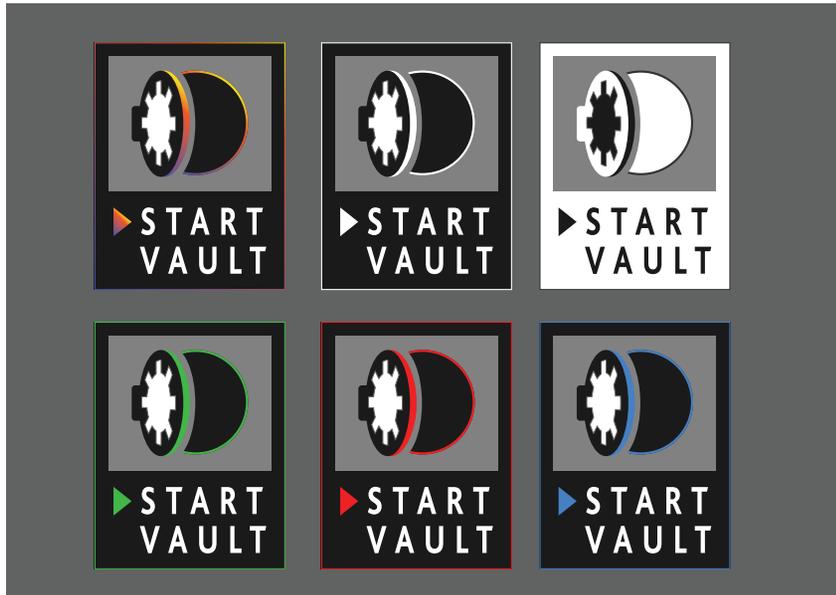


R:255 G:0 B:0
#FF0000



R:0 G:135 B:255
#0087FF

Iteraciones previas y paleta de colores.



Variantes del isotipo de Start Vault en versión regular y en versión pequeña, de izquierda a derecha: variante PC, variante en negro, variante en blanco, variante Xbox, variante Nintendo y Variante Playstation.

Usos alternativos

La idea del concepto de tener este espectro de colores fue con el propósito de representar el estilo de personalización de los PCs, los cuales usan iluminación de LEDs RGB, esto permite también que la marca sea adaptable a cualquier plataforma debido a que la mayoría de las consolas posee color específico de iluminación LED al que el logo puede cambiar para adaptarse en el caso de que el proyecto se desarrolle en otras plataformas a futuro; Nintendo usa el color rojo, Playstation utiliza el color azul y Xbox hace uso del verde.

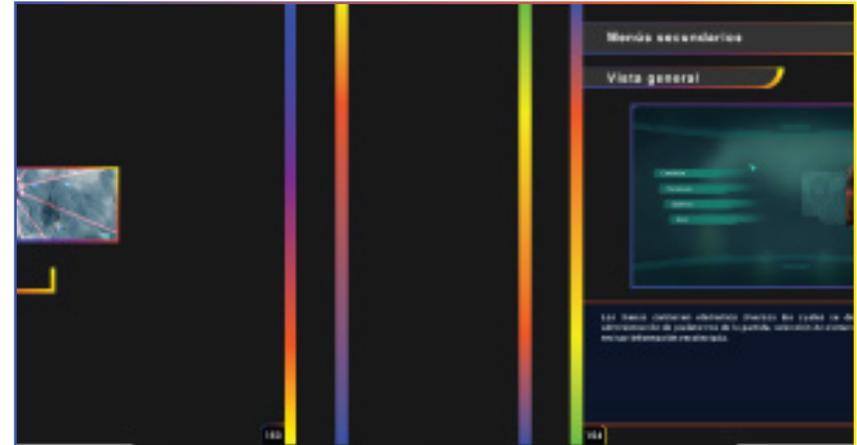
En el caso de las versiones en blanco y negro, el isotipo “apaga sus luces”, por así decirlo.

7.6 Paleta de colores

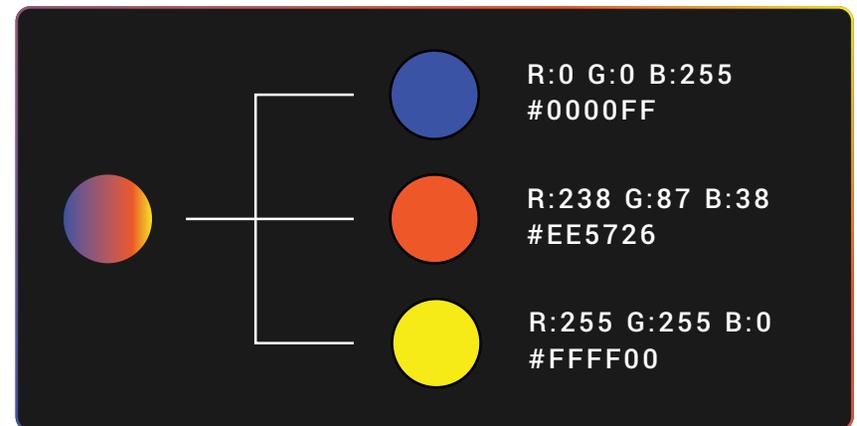
Para la generación de la paleta de colores se tuvo como principal consideración de que el producto final del proyecto sería un libro electrónico digital el cual se tendría que visualizar en pantallas, por lo que se determinó que los fondos de baja iluminación en donde se ven negros, grises y azules, acompañados con un texto en blanco el cual hace contraste con los fondos sería la mejor opción, un proyecto en modo oscuro/noche. Este estilo es de mayor preferencia entre los jugadores en donde hay una menor fatiga en los ojos al no estar expuestos a luces demasiado brillantes (En la aplicación Discord, el porcentaje de usuarios que prefieren el tema oscuro es de un 95%).

En base a ello, para conservar el tema de la iluminación LED RGB correspondiente a la plataforma de PC, se decidió relegar esto a los detalles, como los bordes de algunos elementos y de páginas. La selección inicial sería directa al referente, RGB, pero se excluyó la inclusión del verde debido a que causaba un ruido visualmente, además, permitió conservar mejor la estética retro/vaporwave.

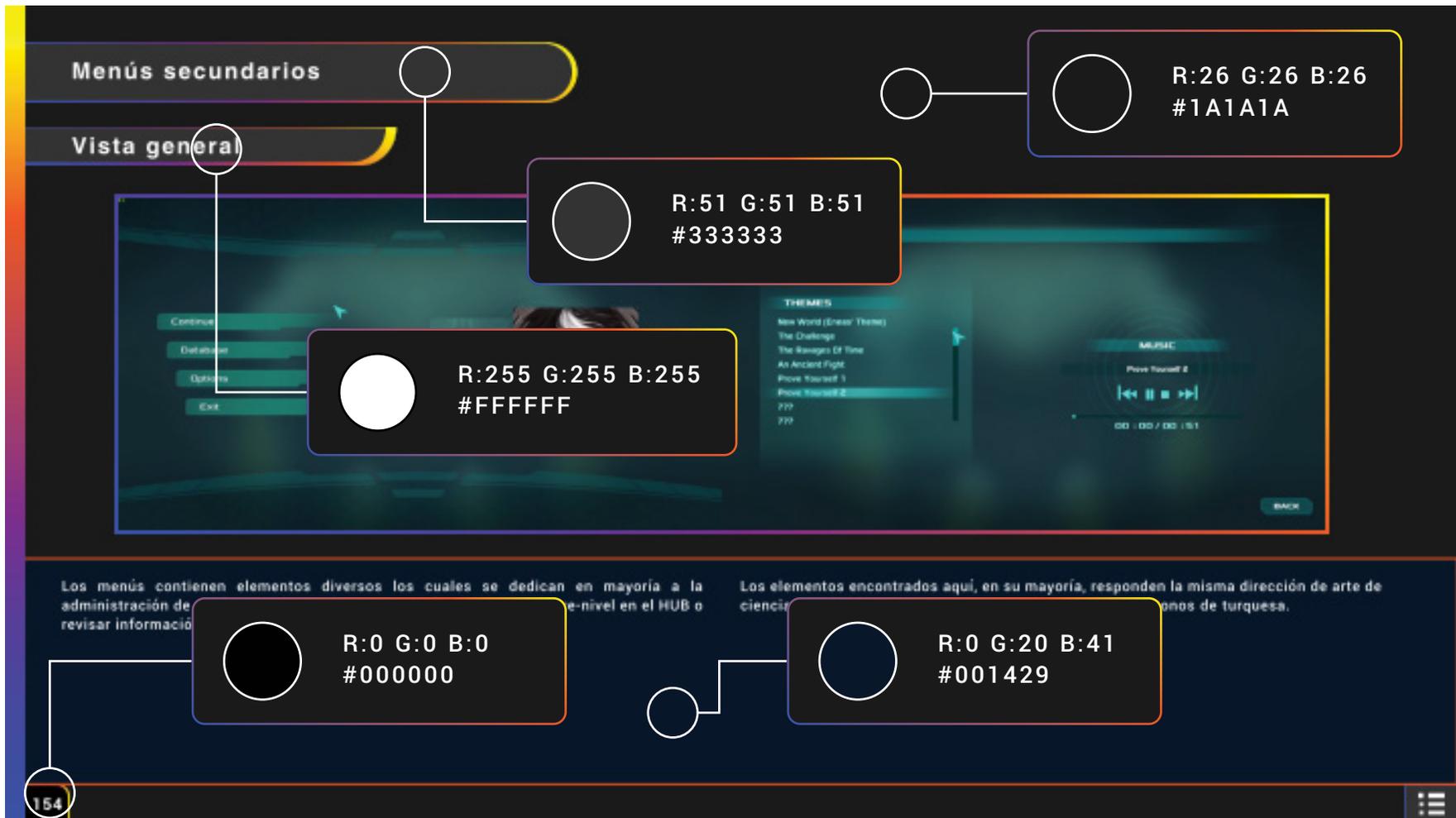
Con respecto a la determinación de las paletas de colores en los elementos, estas fueron extraídas directamente de estos a través de la herramienta de cuenta gotas de Photoshop en donde se tomaron las muestras en las partes generales de estos con una configuración de 5x5 puntos, buscando el color base del elemento por lo que, se excluyeron sombras o luces de aplicar.



La inclusión del canal verde (derecha) me daba la impresión de que estaba otorgando demasiada información y rompía con la estética vaporwave.



Colores utilizados en la creación de la gradiente que representa la plataforma de PC.

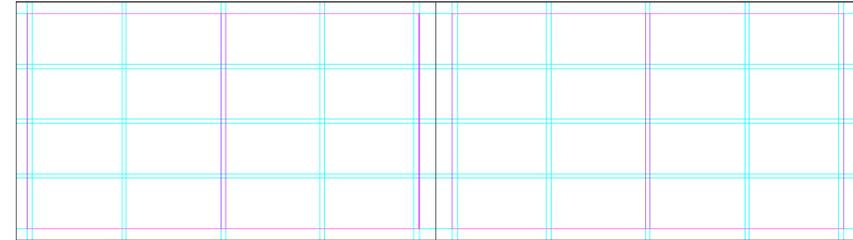


Colores utilizados en el proyecto.

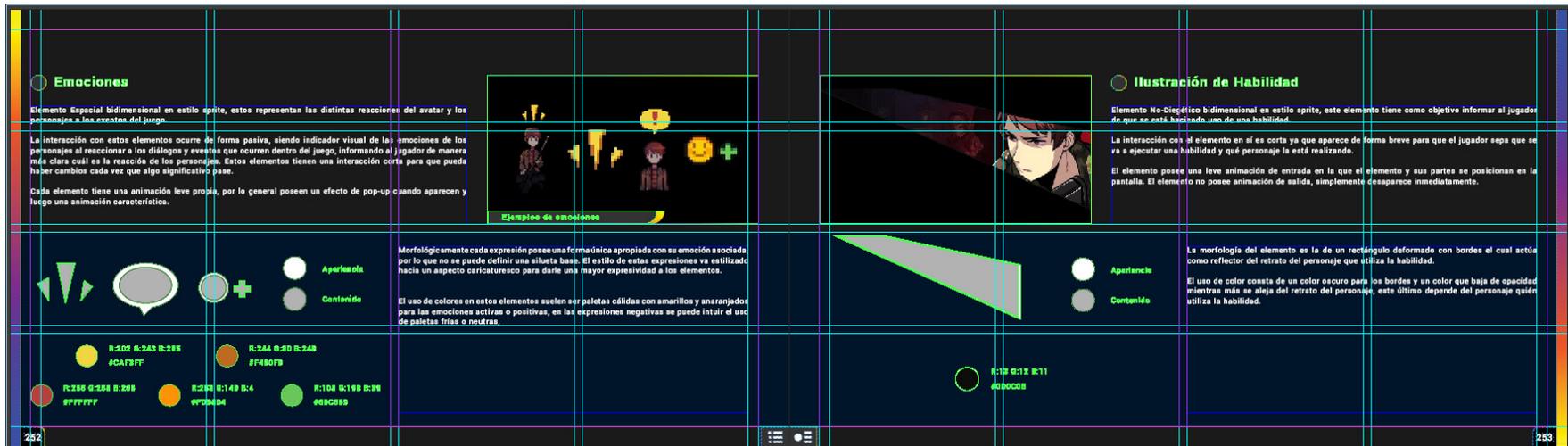
7.7 Dimensiones y diagramación

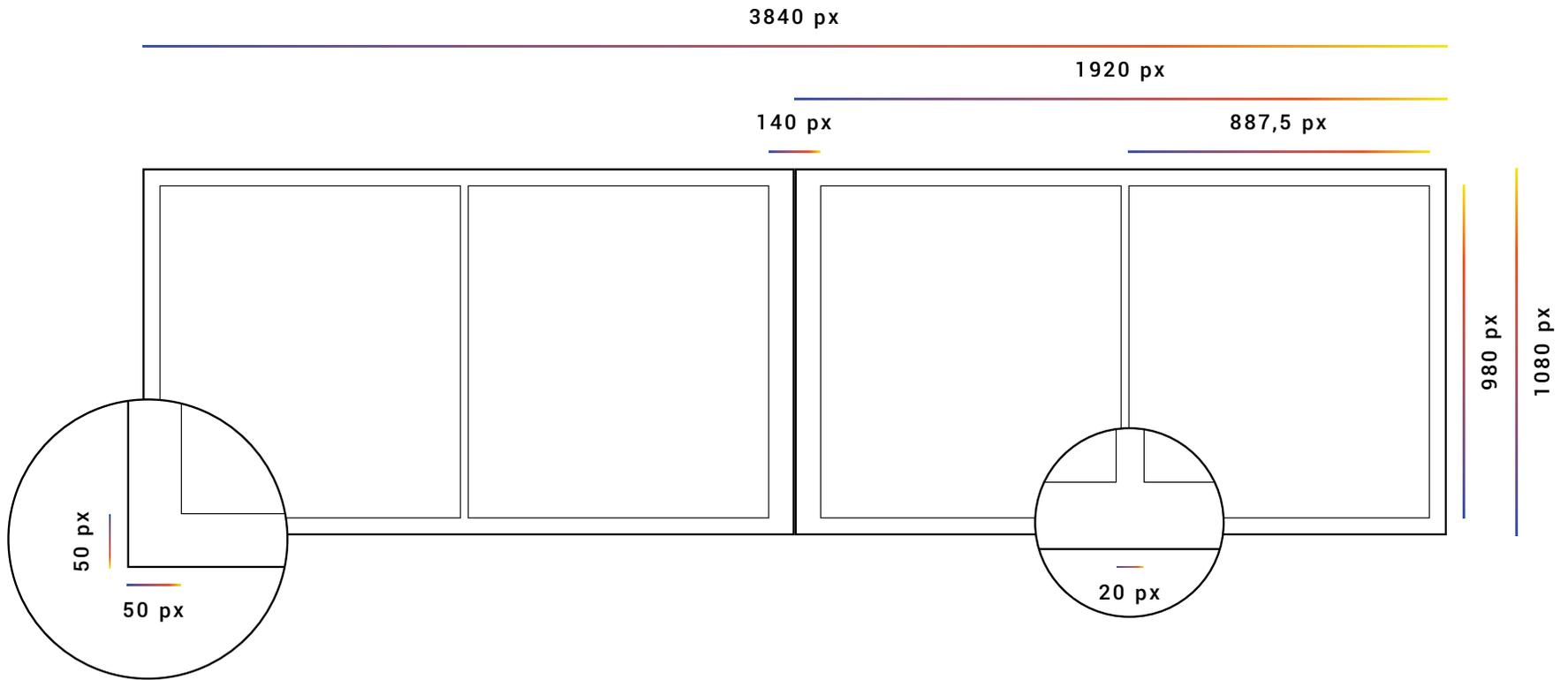
El documento siempre estuvo considerado como una publicación digital, por lo que las dimensiones se usaron en pixeles. Las páginas tienen una forma rectangular apaisada, con una dimensión de 1080 px de alto por 1920 px de ancho, lo que da una doble cara de 1080 px de alto por 3840 px de ancho.

La grilla de cada página presenta 4 columnas, tienen un margen de 50 px hacia todos lados con la excepción del interior que es de 75 px debido a que el producto final aparenta un libro físico y permite un poco más de espacio entre los contenidos de cada página.



Vista de la grilla de diagramación en InDesign.





Grillas del libro electrónico:

Ancho de página: 1920 px

Ancho de página doble: 3840 px

Altura de página: 1080 px

Medianil: 20 px

Márgenes: 50 px (externos, superior e inferior), 75 px (interior)

Resolución de exportación: 300 pixeles por pulgada

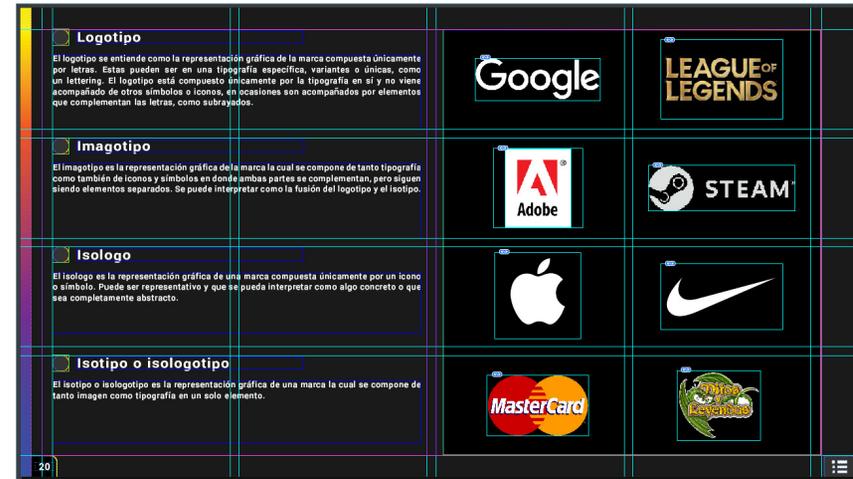
Con la diagramación terminada, se comienza a crear los distintos estilos de página que tendrán las distintas secciones dentro del libro, aquí es donde se utilizan las grillas y se juega con ella en conjunto a las guías y los elementos para otorgarle un orden al contenido.

En gran parte de las secciones se utilizan los márgenes para posicionar el contenido y las guías como apoyo, construyendo bloques los cuales permiten distribuir mejor los elementos, lo que permite jugar con los puntos medios de los bloques creados, resultando diagramaciones variadas y adaptables a múltiples contenidos.

En las secciones de Detalle de elementos es en donde se utiliza en mayor medida el conjunto de márgenes y guías para diagramar, aquí se utilizan los bloques creados por las guías para separar las secciones del análisis, en donde cada parte posee su cuadrante separado. Los puntos medios también sirven de ayuda para poner los límites de las cajas de contenido con las cajas de texto para que estos elementos tuvieran suficiente espacio.

También se hace el uso de bloques divisores, generando contrastes dentro de la misma página permitiendo crear secciones de contenido sin que estos se mezclen con el resto o crear una página completa para dicho contenido.

Los espacios entre los márgenes y los bordes del formato son utilizados para colocar elementos de navegación, como los números de página y los atajos a los índices.



Ejemplo de la diagramación por bloques de guías, en donde cada elemento se encuentra dentro de uno o más bloques.



Ejemplo del bloque divisor (azul inferior), permite crear un quiebre entre las dos partes del análisis creando un espacio para el análisis morfológico y la paleta de colores, separados del resto del contenido.

Menú principal

Vista general



El menú principal se le presenta al jugador luego de la presentación de créditos. El menú se divide en tres secciones: inicio, online y offline. El inicio es la sección principal del menú, presentando el logo del juego en primer plano se dan los primeros llamados a la acción del jugador en donde puede decidir si ir al segmento offline u online, ver sobre los jugadores en el grupo o salir del juego. Las llamadas a la acción se realizan a través de elementos familiares con los íconos de los botones del mando y con etiquetas sobre qué hacen.

Los menús de online y offline no tienen diferencias estéticas, solo en el número de opciones correspondientes al tipo de modo de juego.

Aquí se puede comenzar a ver el estilo gráfico que puede ser usado en la interfaz del juego, en donde los menús están estilizados como escritos en estandartes o papiros escritos a "mano" usando tipográficas clásicas que simulan el manuscrito. Los distintos segmentos se encuentran conectados de manera ilógica y con accesorios variados en búsqueda de un estilo caricaturesco.



Primera pantalla en la que el jugador tiene el control y se le llama a la acción, en esta pantalla ocurre la primera impresión de las temáticas del juego pre-partida. En esta pantalla el jugador puede realizar los ajustes previos a la partida para ajustar los parámetros a su gusto, también puede elegir si empezar la experiencia desde cero o empezar de algún otro punto, ya sea una partida ya comenzada o desde otro capítulo.

La composición de la pantalla está distribuida en tercios horizontales de los cuales el tercio de la izquierda está dedicado al menú y los otros dos tercios están dedicados a una visual animada del protagonista para llamar la atención del jugador hacia las temáticas de la trama argumental, en la parte inferior de la visual, se encuentran centrados, los controles del menú. El área del menú se encuentra partida en tres secciones: el logo del juego, las opciones del menú y la información sobre la versión actual del juego.

Todos los elementos presentes se encuentran dentro de los márgenes seguros del Full HD (1080p), esto incluye la figura del protagonista que actúa como punto de interés, dando equilibrio a la composición posicionándose al borde del área de título SD. Las opciones del menú junto al logo del juego se encuentran en el espacio entre el área de títulos HD y del área SD, con cada elemento sobresaliendo levemente a las áreas cercanas. La lista de controles se encuentra en la parte inferior del área de acción HD con un desplazamiento hacia la derecha para brindar peso a la figura del protagonista.

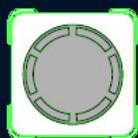
Aquí se usaron en mayor medida las guías, en donde estas sirven de apoyo de los elementos y los puntos medios de los bloques generados sirven como punto de división entre los elementos.

Iconos de Habilidades

Elemento Diegético bidimensional en estilo sprite, estos elementos tienen como objetivo indicar el nivel actual de distintas habilidades.

La interacción con el elemento ocurre en distintas instancias en donde se ven las estadísticas actuales del mecha o cuando se van a mejorar dichas habilidades. El nivel es indicado a través de segmentos de un círculo al alrededor del ícono de habilidad o con texto debajo de este.

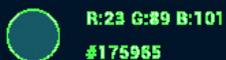
Los elementos no poseen animaciones.



Contenido



Apariencia



R:23 G:89 B:101
#175965



R:33 G:63 B:81
#213F51



R:81 G:248 B:239
#51F8EF

La morfología del elemento posee dos variantes, ambas haciendo referencia a una estética futurista de ciencia ficción: (a) A través de casillas individuales de forma cuadrada con bordes redondeados y esquinas adornadas con bordes resaltados, en el centro poseen el ícono de la habilidad encerrado en un círculo que en borde se posicionan los segmentos que indican el nivel de la habilidad. (b) Similar a la situación anterior, pero esta vez contenido por un círculo en lugar de un cuadrado, el resto del interior es igual y es acompañado de un texto en la parte inferior, reiterando la información del nivel.

La paleta de color de los elementos es color turquesa con variantes en tono, saturación y brillo para generar contraste.

En esta sección es en donde todos los elementos de la diagramación son empleados en donde se puede ver como se utilizan los bloques como sistema de organización del contenido, la separación de secciones con bloques divisores y el uso de los puntos medios para evitar la mezcla de secciones.

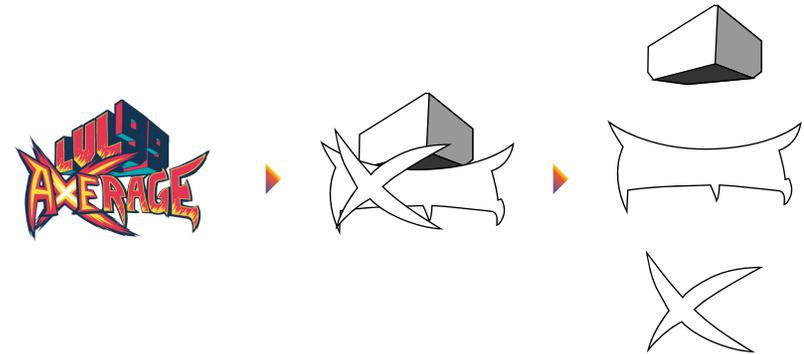
7.8 Creación de los elementos de la publicación

Se hizo uso de Adobe Illustrator para vectorizar las siluetas de las distintas marcas y elementos de los videojuegos. El resultado de este proceso fue la obtención de versiones más simples o minimalistas las cuales fueron utilizadas para analizar los distintos aspectos de sus composiciones en distintas secciones del proyecto.

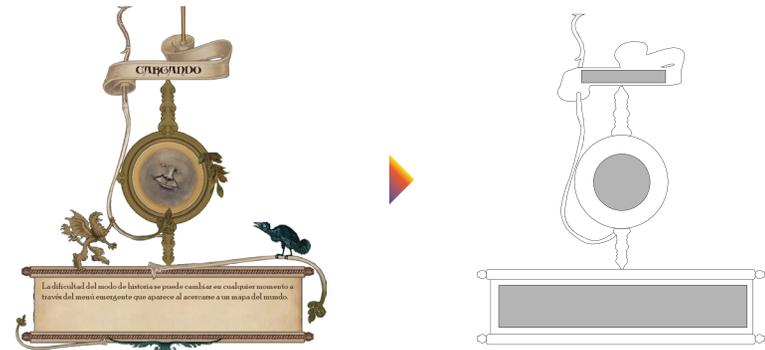
Para los elementos que requieren animaciones se utilizó Adobe After Effects para aislar y recortar los clips, los cuales son guardados en formato MP4 usando Adobe Media Encoder. Inicialmente se planeaba utilizar el formato GIF debido a la corta duración de los elementos, pero por su peso e incompatibilidad del formato con otros elementos, el formato MP4 resultó ser más apropiado.

La creación de los íconos y botones propios del proyecto para uso fueron elegidos pensados para que tuvieran una forma sencilla las cuales estarían sobre soportes los cuales estarían estilizados con la línea gráfica de Start Vault, mientras que el contenido se mantendría intacto y color blanco para realizar un contraste, creando un espacio para el elemento y evitando que este se confunda con el resto del contenido.

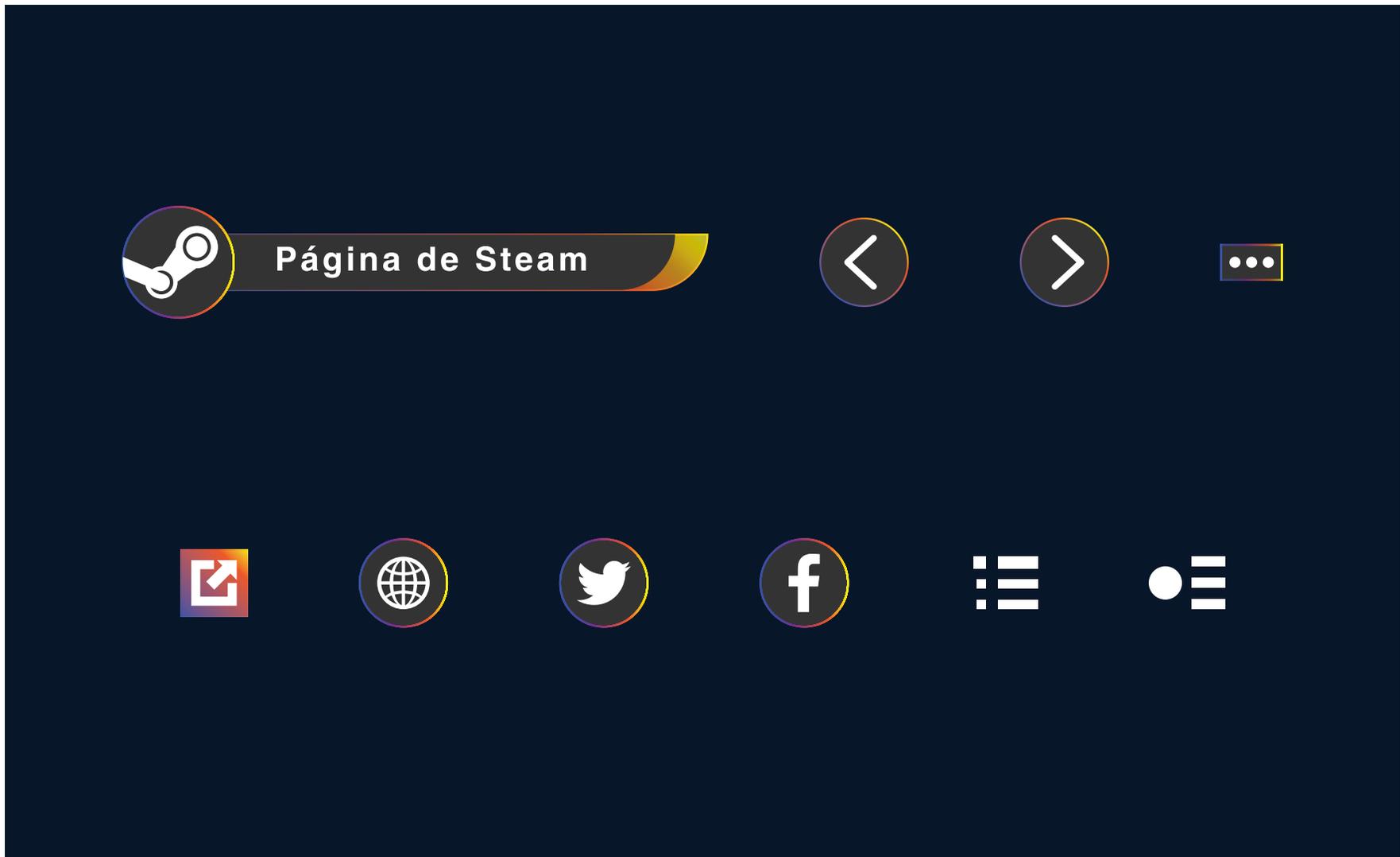
Para la creación de los elementos como los mapas de pantalla, Player Journey y los análisis de composición y jerarquía, se utilizaron como base los fotogramas clave a los que se les aplicó los criterios de cada tipo de análisis, incorporando elementos vectoriales -como bordes y flechas- correspondientes a la identidad visual del proyecto buscando interferir lo menos posible con la imagen base en la mayoría de los casos.



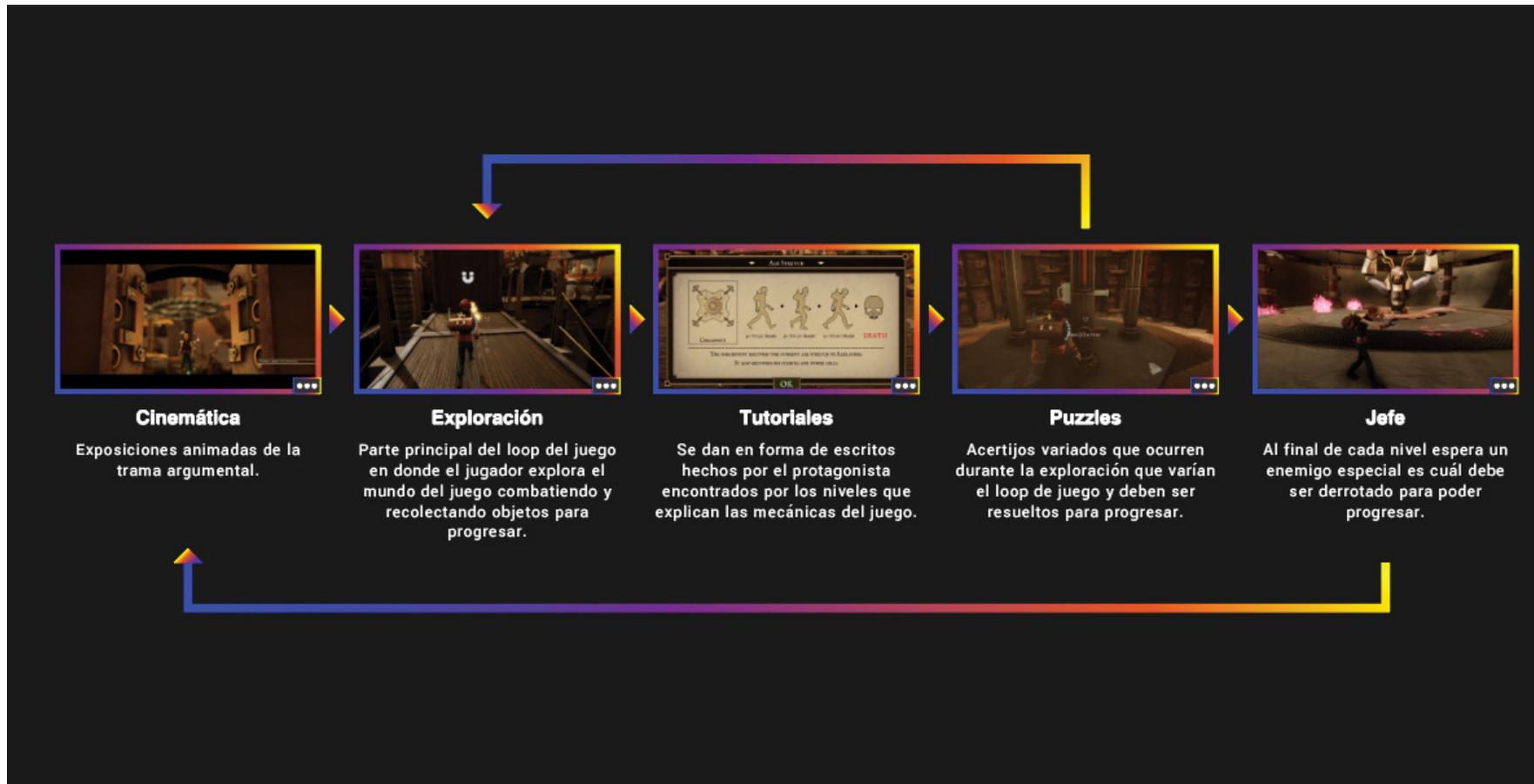
Vectorización del isologotipo de LVL99: AxeRage el que luego se separa para analizar su morfología.



La vectorización de los elementos, al igual que la de las identidades de los logos, simplifica sus formas para comprender su morfología y poder definir que partes contienen la función del elemento y cuales son únicamente estéticas.



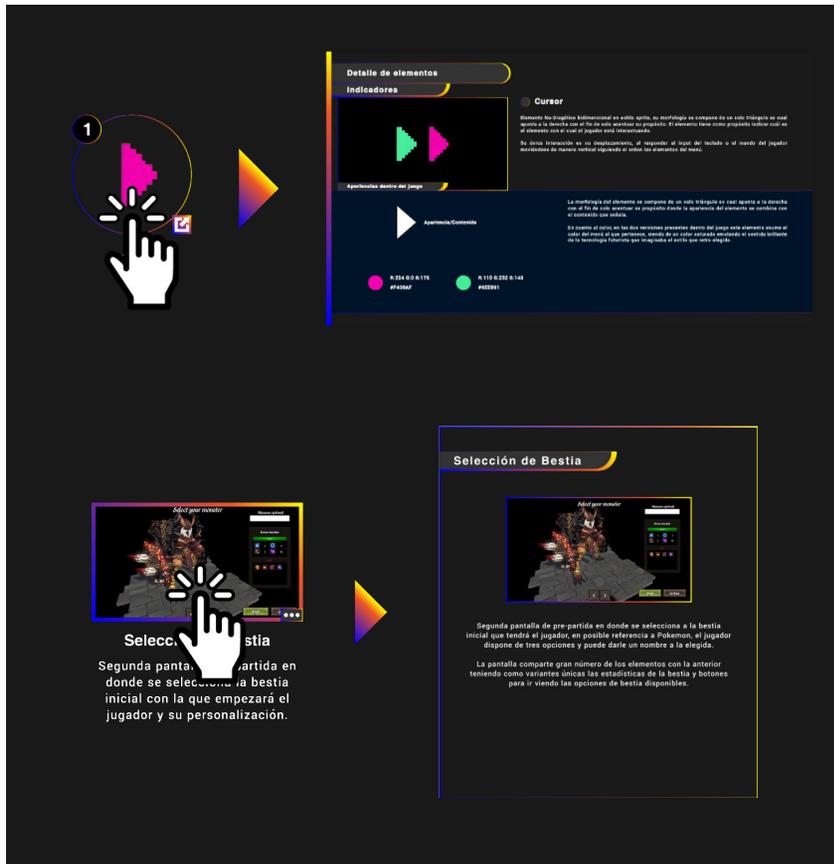
Muestra de los botones creados para el proyecto con el propósito de mejorar la navegación del contenido dentro del libro.



Ejemplo del Player's Journey en el videojuego Watchmaker en donde muestra el flujo general de la experiencia con descripciones breves, con la opción de traer descripciones más detalladas a través de la interacción con los recuadros.

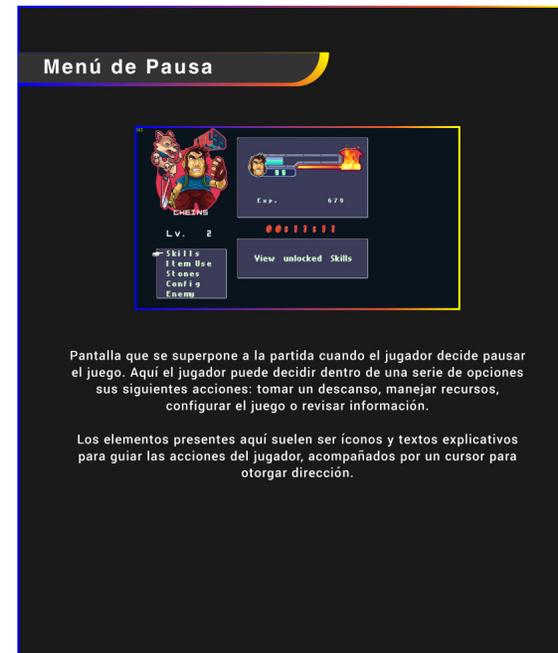
7.9 Creación del material complementario

Se creó un set de instrucciones para mejorar la usabilidad de la navegación en el libro electrónico, estos se encuentran en un capítulo propio dentro del proyecto, previo al grueso del contenido. Estos tutoriales toman la estética principal de la línea gráfica de la marca y demostrarán los contextos de usos posibles.



Ejemplos de los tutoriales que se encuentran dentro del libro digital.

La implementación de las tarjetas de información vino como respuesta a la necesidad de expandir la información en las instancias de Player's Journey, sin tener que llenar la pantalla con texto y arruinar el flujo visual. En estas tarjetas contienen información más detallada sobre las secciones del videojuego en revisión en la que se explica de qué se trata la instancia, las interacciones posibles y una descripción general de los elementos presentes. Este material complementario para los segmentos de Player's Journey aparecen cuando el usuario realiza click sobre los elementos.

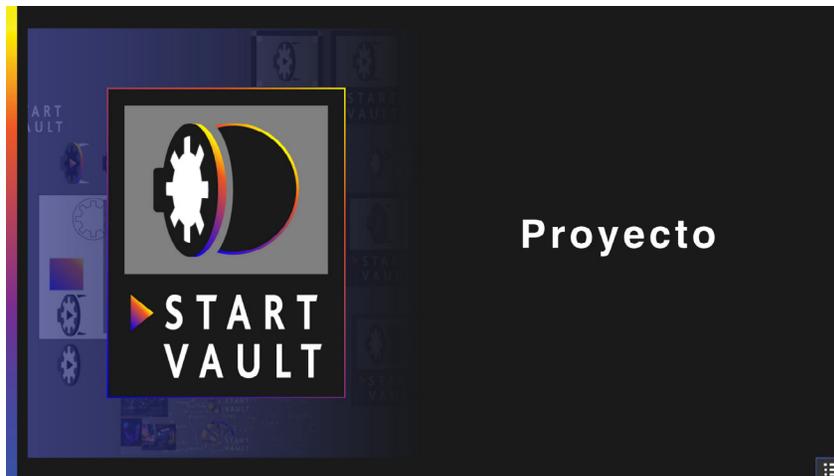


Ejemplo de tarjeta de información.

El diseño de las portadillas en el proyecto tiene dos clasificaciones: como indicador de un nuevo segmento o como centro de navegación del contenido del videojuego.

El diseño de las portadillas simples se compone de una imagen correspondiente alineada hacia la izquierda la cual se comienza a desvanecer a la mitad de la página para dar lugar al texto que señala el título del segmento.

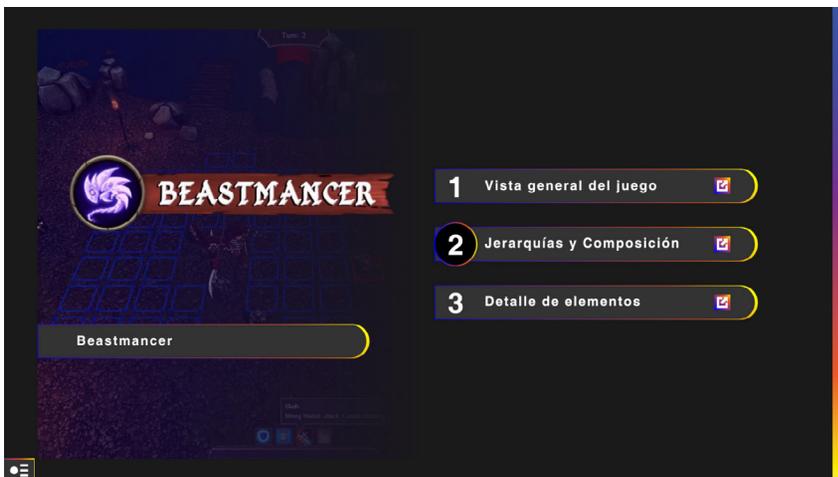
Para el diseño de las portadillas de los videojuegos se conserva el diseño general de las simples, conservando el formato de la imagen a la izquierda, las cuales se modifican ahora teniendo la identidad visual del videojuego sobre la imagen y el título de este sobre un soporte para contrastar con el fondo, en el lugar del título del segmento se encuentran tres botones los cuales sirven de acceso rápido a cada segmento del análisis del videojuego y con indicador visual para indicar en cuál segmento se encuentra el usuario actualmente. A partir de esto se presentan dos variantes: la primera variante se encuentra solo al inicio de cada videojuego, posee los botones de acceso rápido más arriba para dar espacio a un elemento que da acceso a la grabación completa de la Observación Participante correspondiente al videojuego. La segunda variante está presente en los segmentos siguientes en donde los botones de acceso rápido se encuentran alineados al hacia el centro de la página debido a que no se encuentra el enlace al video.



Portadilla simple de segmento (izq). Portadilla de videojuego (der).



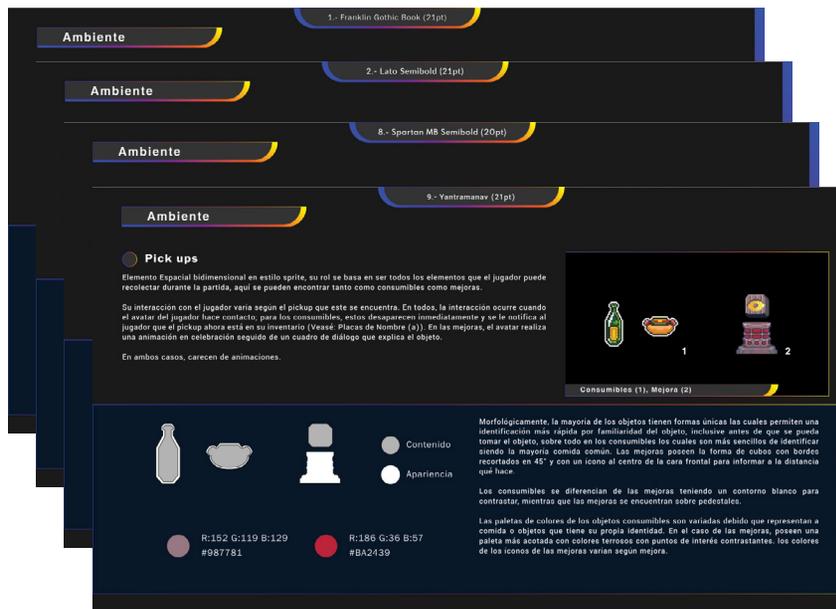
Portadilla de videojuego, primera variante que contiene como añadido el enlace a la grabación de la Observación Participante correspondiente.



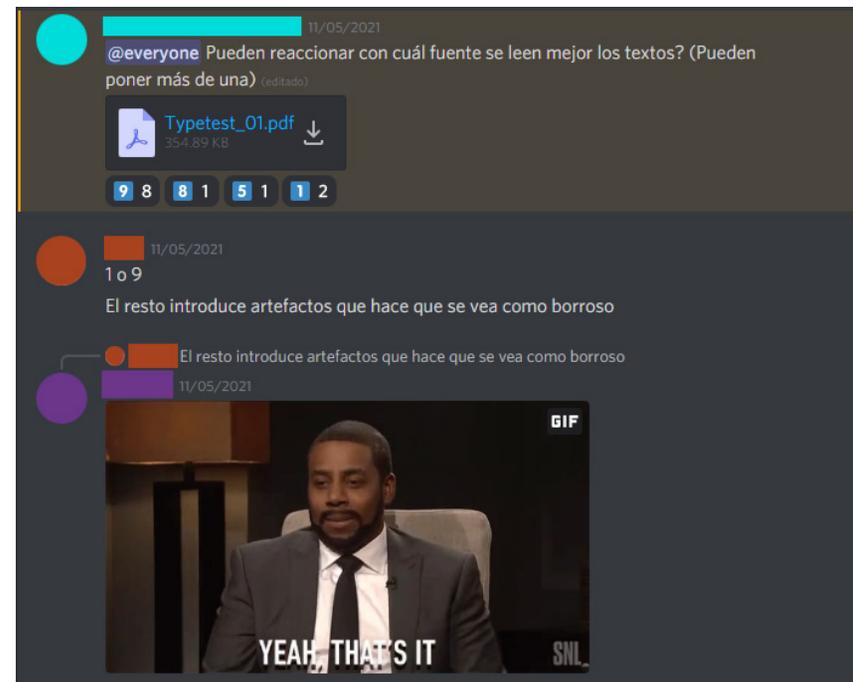
Portadilla de videojuego, segunda variante en la que solo posee los botones de acceso rápido.

7.10 Elección tipográfica

Para la elección tipográfica se encontraba el desafío de seleccionar una tipografía la cual trabajara bien el formato digital a la vez que sea legible a contraluz debido a la paleta de color oscura del libro. Para ello revisé varias tipografías, además de la librería de Google Fonts debido a que están diseñadas para ser usadas en el ámbito digital. Para decidir cuál sería la mejor opción, se hicieron pruebas de texto en el formato del libro con una selección de 9 tipografías distintas y el archivo fue presentado a un grupo de personas, tanto online como presencial, a las cuales se les pidió que votaran por la que les resultaba en una lectura más cómoda. Finalmente, la tipografía más preferida fue Yantramanav.



Página que se usó como ejemplo para las pruebas de tipografía.



Votación realizada en Discord.

Yantramanav:

Es una fuente sans-serif o grotesca de Google Fonts, de licencia libre. La familia latina de la fuente es una variante levemente modificada de otra tipografía de Google, Roboto. La Fuente posee múltiples variantes en Bold, Black, Light, Medium, Regular Y Thin. Se usa principalmente en los bloques de texto y en algunos subtítulos.

Helvetica:

Es una tipografía sans-serif o grotesca, de origen Suiza diseñada por Max Miedinger y Edouard Hoffmann, es de licencia libre (bajo ciertas condiciones). Una tipografía universal y popular a través de la historia que posee múltiples variantes. Se utilizó principalmente en la presentación de segmentos y títulos.

Yantramanav

Almost before we knew it, we had left the ground.
Almost before we knew it, we had left the ground.
Almost before we knew it, we had left the ground.
Almost before we knew it, we had left the ground.
Almost before we knew it, we had left the ground.
Almost before we knew it, we had left the ground.

Helvetica

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz

7.11 Diseño de portadas

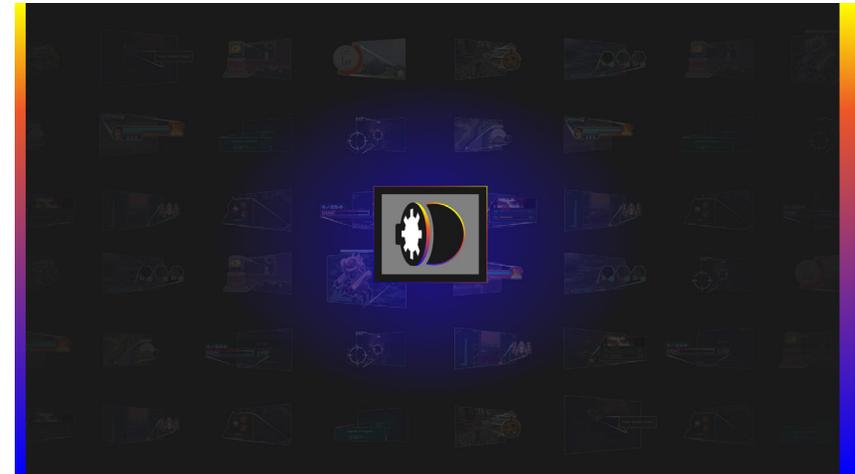
El diseño de las portadas se mantiene fiel a la línea gráfica de la marca de Start Vault que está presente en todo el proyecto.

El concepto tras la portada es mantener el sentimiento retro y de ciencia ficción, en donde el concepto de que se está abriendo algo misterioso, como una bóveda, que se vea tecnológico y que su contenido se tenga que descubrir. En base a esto trabajé con la paleta de colores ya establecida y tomé la decisión de que, si el concepto es “entrar”, todo debe dirigirse al centro al centro de la composición. La portada es simple, con muy pocos elementos en donde se destaca el isotipo que se encuentra al centro con el título de la publicación sobre un degradado de color azul que se disuelve en el fondo, como si los elementos se encontraran sobre un abismo el cual hay algo que emite una luz en el fondo, el isotipo funciona como el sistema de seguridad que acaba de abrirse y los bordes, presentes en toda la publicación, sirven como los marcos del umbral de una puerta, reforzando el concepto de una “entrada”.

La contraportada retoma el concepto, pero con la diferencia de que ahora el usuario se encuentra en la “salida del proyecto” por lo que, se encuentran en este abismo vistas de varios de los elementos de los videojuegos, al ya conocer los contenidos y, al centro, se encuentra la versión en isologo de Start Vault a modo de despedida.

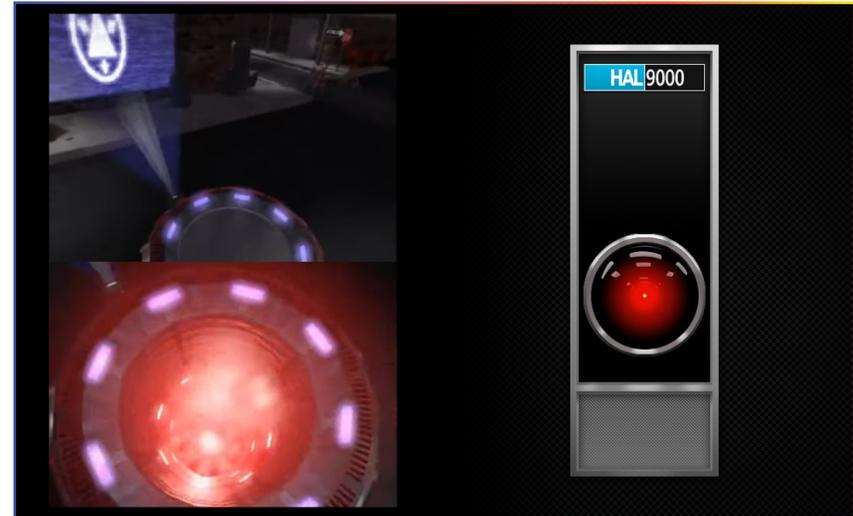


Portada de Start Vault.



Contraportada de Start Vault.

El fondo del proyecto trabaja el concepto de la contraportada al ver vistas previas de los elementos de los videojuegos combinado con el isologo del proyecto en forma de patrón, con la diferencia que los elementos presentan una baja opacidad buscando bajar su protagonismo, realizando una referencia al contenido del proyecto en donde “hay algo por descubrir”.



La entrada de la bóveda de Playstation Underground y HAL 9000 fueron referentes para la creación de la portada,



Fondo del proyecto.

7.12 Libro electrónico

Inserción de elementos

A través del software “Flip PDF Professional” mencionado anteriormente, se insertó y configuró los distintos elementos interactivos de la publicación para facilitar el uso y añadir contenido interactivo. Se destacan elementos como: botones, carruseles de imágenes y enlaces con propósitos múltiples. También hay múltiples elementos para una navegación rápida como una tabla de contenidos, índice del documento interactivo con botones de acceso rápido al índice general y el índice de juegos.

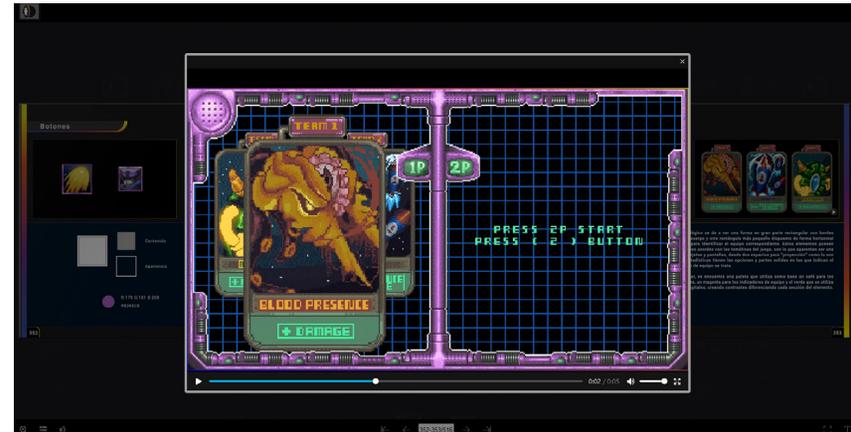
Integración de video

Para la integración de los elementos con animación se agregaron elementos interactivos que abren un reproductor interno del documento, que muestra los videos correspondientes a los elementos. En el caso de las grabaciones de las Observaciones Participantes, por el peso de estas grabaciones, se agregó un elemento al inicio de la primera sección de cada juego que abre un enlace a YouTube con la grabación correspondiente.

Características del libro electrónico

Dentro del software existen múltiples opciones para configurar y personalizar características de la publicación final, como el espesor de las páginas, tipo de tapa, fondo del documento, etc.

Pese a esto, aún existen opciones que no se pueden configurar, pero gracias a su naturaleza HTML, se configuró el resto de detalles a través del inspector de elementos del navegador para encontrar los recursos y reemplazarlos con versiones que sigan con la línea gráfica.



Uso de video en el libro.

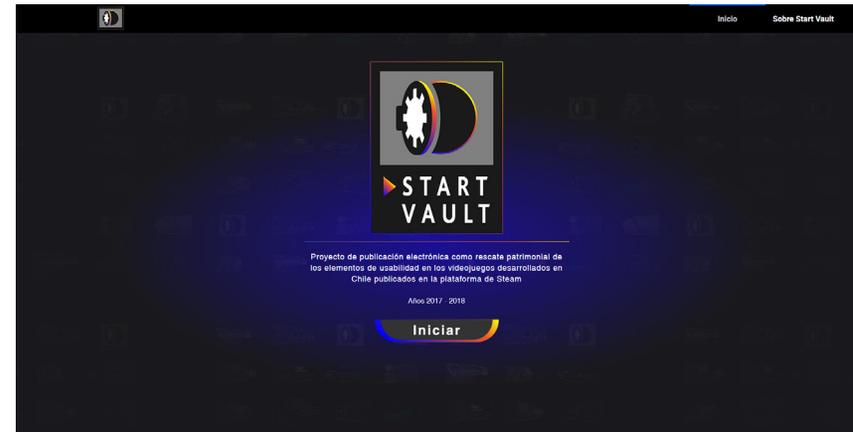
7.12 Creación de portal web/Publicación

Creación del portal web

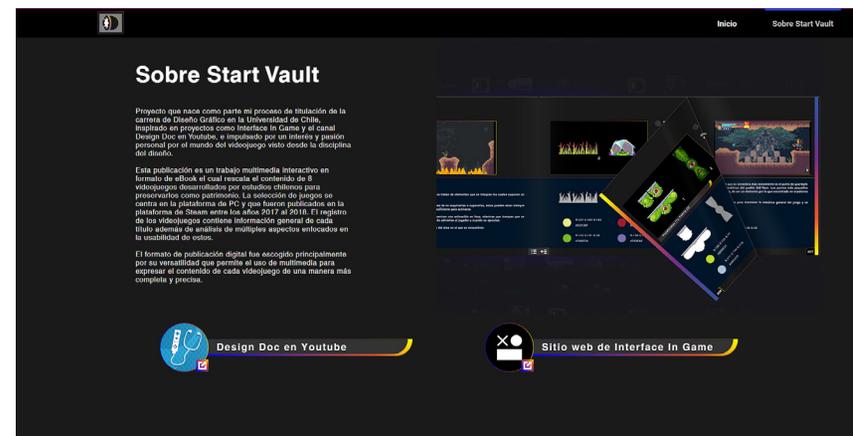
Para la creación de la landing page y el about del proyecto se utilizaron los servicios de Wix.com a través de una plantilla en blanco y se editó utilizando materiales previamente utilizados en el libro para preservar la línea gráfica. Como la publicación utiliza Google Fonts para su diseño, se pueden encontrar también en Wix, en este caso se utilizó Helvetica para los títulos y Roboto para los cuerpos, ya que esta es la base para Yantramanav, al está no estar disponible.

La composición de la landing page imita al diseño de las portadas del libro con el añadido en la parte inferior de un botón, estilizado con la línea gráfica del proyecto, que realiza la llamada a la acción para ir a la publicación.

En cuanto a la composición de la página de about, esta toma como referencia la página introductoria del libro en donde se rescatan gran parte de los elementos de dicha sección. Aquí se toma un diseño de dos columnas en donde la columna izquierda contiene un texto que explica de qué se trata el proyecto, la columna derecha pone una captura general del libro como muestra y el área inferior de la página tiene un par de botones enlazados a los referentes proyectuales del proyecto.



Vista de la landing page del proyecto.



Página sobre el proyecto.

Exportación del proyecto

A través del software “Flip PDF Professional” se exportó a versión final del proyecto de libro digital como un proyecto html configurado junto a todos sus recursos. Dentro de los elementos del libro, se encontraban algunos elementos que el software no permite editar, como lo son las flechas para pasar las imágenes en los carruseles de imágenes, para ello se utilizó el inspector de elementos, de las herramientas de desarrollador del navegador, para encontrar el recurso y luego reemplazarlo con la versión acorde a la línea gráfica del proyecto.

Pasar a estar en línea

La naturaleza del proyecto, para fines del título, no justifica el uso de un hosting por más de un par de meses, por lo que tuve que recurrir a alojar el libro en el Notebook de forma local. Para ello utilicé el conjunto de software XAMPP y el de No-IP para lograr una conexión al internet del proyecto y luego enlazarlo a la landing page creada anteriormente.

8 Conclusiones

En el videojuego en sí, se pueden encontrar claramente elementos propios de la disciplina del diseño, en donde el desarrollo de UI/UX y web sean los campos en donde más se cruzan y en donde comparten terminologías para llevar a cabo sus proyectos.

En la escena nacional del videojuego, el empleo del diseño puede ser visto como secundario al ser una industria que aún está en su proceso de crecer y posee bajo presupuesto, lo que lleva muchas veces a redistribuir presupuestos hacia lo mecánico sobre lo visual y un desarrollador puede asumir el rol de equipos completos. Cabe recalcar que aún así, se realiza un trabajo gráfico competente en la mayoría de los casos, con la creación de mundos de bastante potencial, pero con faltas que escalan o disminuyen según la escala del proyecto, es más sencillo encontrar problemas con malos usos de tipografía, malos usos de transparencias, el no tratamiento de elementos o el no decidir cuál es el estilo principal de los elementos, mayoritariamente en videojuegos de estudios pequeños o proyectos con menor presupuesto que en proyectos más masivos y esto afecta de forma significativa la experiencia final.

Puede que de esto -en conjunto a su historia- provenga el sentimiento arcade que permanece en gran parte de los juegos producidos en Chile, en donde referencian lo que ya saben, pero no se debe descansar en eso, la visualidad junto a la usabilidad juegan una gran parte en la creación de la inmersión para lograr hacer sentir reales a estos mundos creados en cada juego. El diseñador en sí, no es necesario debido a que se busca gente con el talento para lidiar con los proyectos sobre profesionales y así es como opera la escena Indie internacional también, pero es innegable que los conocimientos manejados por

aquellos pertenecientes a la disciplina del diseño presentan una ventaja sobre aquellos que son novicios en el manejo de crear contenidos y elementos que sean útiles y atractivos visualmente.

La percepción general del videojuego chileno es una que considera que aún le falta por avanzar, pero que está en camino y comparto esta percepción. Hoy en día existe una escena que intermite en donde hay grandes proyectos, pero que carecen de los fondos o de la gente para llevarlos a cabo. Algo que también llama la atención es lo invisible que es a nivel del común nacional en donde gran parte de la gente desconoce la existencia de la escena o la conoce, pero no sabe más allá de que existe, mayoritariamente porque escuchó que se mencionó en alguna noticia. Pueden haber múltiples proyectos desde las sombras, como mencionó Oscar Cerda, pero en esa invisibilidad también se pierden proyectos, hoy en día existen maneras alternativas a los fondos estatales o las inversiones de publishers para financiar proyectos, como los Crowd Source, que no le quita la dificultad al aspecto de financiamiento, pero el punto es que el problema de visibilidad es un tópico importante a mejorar que debe tomarse desde el ámbito publicitario y desde crear experiencias que llamen la atención de los posibles usuarios, lo que recae en el aspecto visual, dándole una calidad de nicho entre nichos y un posible aspecto en el que el diseño puede ayudar en darle una vista más consistente a esas experiencias.

Considero que Start Vault tiene potencial para darle un punto de partida a próximos proyectos de videojuego, pero es un trabajo exhaustivo que requiere más de una sola persona trabajando en él para mantener un buen ritmo. La proyección del proyecto es una que puede cubrir toda la escena chilena, rescatando lo importante de su patrimonio de la liquidez digital en el entretenimiento.

9 Bibliografía

9.1 Libros

Bense, M., & Walther, E. (1975). *La Semiótica: Guía alfabética*. Barcelona, España: Editorial Anagrama.

Berner Cantin, M. (2014) *Experiencias de cartón. Diseño de eBook como contenedor del rescate patrimonial de los juegos de cartas intercambiables chilenos*. (Memoria de Título, Universidad de Chile, Chile). Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/130069>

Caillois, R. (1958) *Man, Play and Games*. Illinois, Estados Unidos. Editorial: University of Illinois Press.

Crawford, C. (2003) *Chris Crawford on Game Design*. Indianapolis, Estados Unidos. Editorial: New Riders Publishing.

Esqueda, R. (2000). *El Juego del Diseño*. Cuauhtémoc, México: Editorial Designo.

Kauak, F. (2013). *Diseño Gráfico y desarrollo de videojuegos de smartphone en Chile* (Memoria de Título, Universidad de Chile, Santiago, Chile). Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/116927>

Norman, D. (2013). *The Design of Everyday Things*. New York, USA: Editorial Basic Books.

Ries, A., & Trout, J. (2002). *Posicionamiento: la Batalla por tu Mente*. México: Editorial McGraw-Hill.

Schell, J. (2008). *The Art of Game Design*. Burlington, USA: Editorial Elsevier.

Swink, S. (2009). *Game Feel*. Burlington, USA: Editorial Elsevier.

9.2 Conferencias

Videos

Chow, S. (Marzo de 2018). *Immersing a Creative World into a Usable* [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://youtu.be/ONYmBBZiBj8>

Gage, Z. (Mayo de 2018). *Building games that can be understood at a glance* [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://youtu.be/YISKcRDcDJg>

Hodent, C. (Marzo de 2017). *The Gamer's Brain, Part 3: The UX of Engagement and Immersion (or Retention)* [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://youtu.be/CozTtfhwPX0>

Hodent, C. (Octubre de 2018). *UX and Cognitive Science in Game Design/ Celia Hodent, Game UX Consultant* [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://youtu.be/rlQMqwsotzE>

Rybicki, P. (Marzo de 2017). *UX Methodologies for Holistic Product Design* [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://youtu.be/KQU3d02yxkE>

Diapositivas

Chow, S. (2018). *Immersing a Creative World into a Usable UI* [diapositivas de PowerPoint]. Recuperado de <https://www.gdcvault.com/play/1025340/Immersing-a-Creative-World-into>

Gage, Z. (2018). *Building games that can be understood at a glance* [diapositivas de PowerPoint]. Recuperado de <http://stfj.net/DesigningForSubwayLegibility/>

9.3 Sitios Web

Achap. (2019). *El mundo de los videojuegos made in Chile*. Recuperado de <http://revista.achap.cl/el-mundo-de-los-videojuegos-made-in-chile/>

ApuntesTotal. (2014). *CLASIFICACION TIPOGRAFICA / ESTILOS DE LAS LETRAS, múltiples anexos* [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://lastipografias.blogspot.com/2014/09/clasificacion-tipografica-estilos-de.html>

Blubber. (2018). *Diferencias entre logotipo, imagotipo, isotipo e isologo o isologotipo* [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://blubber.es/blog/diferencias-entre-logotipo-imagotipo-isotipo-isologo-isologotipo/>

Bowers, M. (2019). *Level Up: A Guide to Game UI*. Recuperado de <https://www.toptal.com/designers/gui/game-ui>

Bycer, J. (2018). *Why UI Design is a Challenge for Video Games*. Recuperado de <https://medium.com/@GWBycer/why-ui-design-is-a-challenge-for-video-games-67b2fc7ecd51>

Chapman, C. (2018). *Understanding the Nuances of Typeface Classification*. Recuperado de <https://www.toptal.com/designers/typography/typeface-classification>

Cunha, F. (2018). *Understanding the Safe Title Area in TV Production and Why It's Important* [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://extremereach.com/blog/understanding-the-safe-title-area-in-tv-production-and-why-its-important/>

Edwards, R. (2006). *The Game Production Pipeline: Concept to Completion*. Recuperado de <https://www.ign.com/articles/2006/03/16/the-game-production-pipeline-concept-to-completion>

Game Designing. (s.f.). *The Beginners Guide to Video Game Development*. Recuperado de <https://www.gamedesigning.org/video-game-development/>

Guest Post. (2019). *Here's Why RPG Games Are So, So Popular*. Recuperado de <https://www.arcadepunks.com/heres-why-rpg-games-are-so-so-popular/>

Hecker, P. (2018). *El GTA 5 es el producto más rentable de la historia del entretenimiento*. Recuperado de <https://www.cronista.com/controlremoto/El-GTA-5-es-el-producto-mas-rentable-de-la-historia-del-entretenimiento-20180410-0008.html>

Hunsaker, L. (2017). *What is Customer Experience Value Creation?* Recuperado de <http://customerthink.com/what-is-customer-experience-value-creation/>

Interface In Game. (s.f.). *Interface In Game*. Recuperado de <https://interfaceingame.com>

Interaction Design Foundation. (s.f.). *Visual Hierarchy*. Recuperado de <https://www.interaction-design.org/literature/topics/visual-hierarchy>

Interaction Design Foundation. (s.f.). *User Interface Design*. Recuperado de <https://www.interaction-design.org/literature/topics/ui-design>

Interaction Design Foundation. (s.f.). *Holistic Design*. Recuperado de <https://www.interaction-design.org/literature/topics/holistic-design>

Jaggo, J. (2018). *Game Dev Life Cycle & UI Design* [diapositivas de PowerPoint]. Recuperado de https://courses.cs.ut.ee/MTAT.03.263/2018_fall/uploads/Main/Lecture7

Kliever, J. (s.f.). *A beautifully illustrated glossary of typographic terms you should know*. Recuperado de <https://www.canva.com/learn/typography-terms/>

Komninos, A. (2019). *Norman's Three Levels of Design*. Recuperado de <https://www.interaction-design.org/literature/article/norman-s-three-levels-of-design>

Marion. (2015). *What is Branding?* Recuperado de <https://www.thebrandingjournal.com/2015/10/what-is-branding-definition/>

Merriam-Webster. (s.f.). *Brand* [Definición]. Recuperado de <https://www.merriam-webster.com/dictionary/brand>

Montes, C. (2019). *El explosivo interés por estudiar carreras de videojuegos en Chile: en seis años se han cuadruplicado matriculados*. Recuperado de <https://www.latercera.com/que-pasa/noticia/el-explosivo-interes-por-estudiar-carreras-de-videojuegos-en-chile-en-seis-anos-se-han-cuadruplicado-matriculados/530846/>

Nielsen, J. (2012). *Usability 101: Introduction to Usability*. Recuperado de Rescatado de: <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability>

Pepe, E. (2010). *Glosario de términos tipográficos*. Recuperado de <https://tiposformales.com/2010/08/30/glosario-de-terminos-tipograficos/>

Publishing, O. (2018). *What is the Difference Between Graphic Design and Video Game Design?* Recuperado de <https://ortuspublishing.com/what-is-the-difference-between-graphic-design-and-video-game-design/>

Wikipedia. (2021). *Safe area (television)*. Recuperado el 12 de Agosto del 2021 en [https://en.wikipedia.org/wiki/Safe_area_\(television\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Safe_area_(television))

9.4 Documentos

International Telecommunication Union. (2015). Safe areas of wide-screen 16:9 aspect ratio digital productions (BT.1848-1). Recuperado de https://www.itu.int/dms_pubrec/itu-r/rec/bt/R-REC-BT.1848-1-201510-!!!PDF-E.pdf

9.5 Podcasts

Alaluf, A. (Productor). (2018). *El desarrollo de videojuegos en Chile en Premio de Consola* [Audio en podcast]. Recuperado de <https://www.pauta.cl/podcasts/premio-de-consola/el-desarrollo-de-videojuegos-en-chile>

9.6 Video

Ask Gamedev. (23 de Mayo del 2018). *Game Design Process: Designing Your Video Game* [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://youtu.be/2a1IRDamNT4>

DesignDoc. (21 de Mayo del 2017). *Good Design, Bad Design* [Lista de reproducción de vídeo]. Recuperado de https://www.youtube.com/playlist?list=PL8K0_g1wdQeoxta9RyvTK-DnhU4jl2QJN

Extra Credits. (1 de Febrero del 2017). *Intro to UX Design - User Experience and You - Extra Credits* [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=mPD5dUBFsps>

GamingScan. (6 de Enero del 2020). *What Is A Triple A Game (AAA)? [Terminology Explained]* [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://youtu.be/9nZJKMszMJY>

Schulcks. (3 de Marzo del 2013). *Chile Game* [Archivo de vídeo]. Recuperado el 17 de Julio del 2020 en <https://youtu.be/aPz5kGl-jcE>

Vox. (17 de Enero del 2017). *How the inventor of Mario designs a game* [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://youtu.be/K-NBcP0YUQI>

10 Agradecimientos

Quiero agradecer a mi profesor guía Juan Carlos Lepe quien me acompañó y me otorgó su consejo cuando fue necesario durante el proceso de título; Agradezco también todos aquellos con los que hable sobre el tópico, tanto profesionales como conocidos por ayudarme a enfocar el trabajo con sus comentarios; también agradezco a mi familia y amigos que me soportaron y me brindaron su apoyo durante todo este largo proceso.

Este proyecto ha sido un proyecto monumental que junto a la situación país/mundo por la que se pasó en estos años, lo hizo más complicado de lo que debería y agradezco el apoyo de todo aquel que se dio el momento de escucharme.

3 Planteamiento del proyecto

11.1 Entrevistas Completas

A. Entrevista a Carlos Bordeau, ACE Team:

Entrevistador: Como estudio ¿Cuál es su principal visión a la hora de crear un juego? ¿Ir por contar historias o ir por algo más sencillo, arcade o una experiencia completa? ¿Cómo lo envisionsan?

Carlos: Cada proyecto tiene una diferencia bastante grande de gesta y no puedo decir que tengamos un parámetro común para nuestros proyectos, porque somos una empresa que hacemos las cosas por lo que nos apasiona, no tenemos una estructura de estudio de mercado, somos bien creativos en nuestros procesos. Rock of Ages fue un juego que tomó un poco en base en lo que teníamos en experiencia en jugar unos mapas específicos en el Marble Madness³⁵, hace muchos años porque ese juego era de mucho de mover la pelotita a través de escenarios bastantes restringidos en donde tienes que hacer saltos finos y saltar obstáculos, salvo un mapa, en donde era más como una carrera, una bajada larga y tenias que bajar lo más rápido posible y lo hacia sentir muy distinto al resto de los mapas. En base a jugando a eso comenzamos a pensar de como sería un juego donde una pelota rueda bajo...

E: De una colina.

C: ...De una colina, una montaña, se nos ocurrió eso de poner

obstáculos, una vez con ese concepto dijimos “¿Bueno, pero de qué se trata todo esto?” porque una canica bajando un cerro o una roca no era interesante. Entonces de ahí sale el concepto de mezclado con el estilo de humor de Rock of Ages, quiero decir, el de Monty Python³⁶. E: Surgió primero el concepto de diseño que fue seguido por una propuesta artística.

Entonces fue primero el concepto del videojuego al que le siguió la propuesta artística para darle ese toque único.

C: Sí.

E: Ahora, viendo el Marble Madness, me sonaba mucho el título, recuerdo que lo jugué hace mucho tiempo en un arcade cuando era cabro chico, me sonaba mucho el nombre.

C: La verdad es que hubieron muchos de ellos es, creo, una franquicia. Son juegos más centrados en cosas de puzzles, con poquitos de físicas.

E: Claro, me hace remembranza a la parte de carreras en el Rock of Ages.

Perfecto, con respecto a la siguiente pregunta, ya me contaste que primero vino la mecánica y luego la dirección de arte más o menos,

35. Marble Madness (1984): videojuego de plataformas/carreras para arcades, desarrollado por Midway Games y Atari Games.

36. Monty Python (1969-2014): famoso grupo de comedia británico conformado por seis integrantes.

cómo definirías el proceso de desarrollo ¿Es similar en todo esto o siempre va variando, es más dinámico?

C: Es por etapas, que están super establecidas. Son prediseñadas, pero dependiendo de la complejidad del diseño del videojuego puede haber muchos cambios, mutaciones del proyecto a lo largo.

E: Los cambios que siempre aparecen de improvisto, pero cuando llegan, hay que cambiar todo.

C: Cambiar todo es un poco drástico, pero si hay que hacer hartos cambios de repente.

E: Claro. Entonces es todo estructurado.

C: Sí, viene la preproducción, desarrollo de contenido específico, llegando a metas, QA's, certificación, publicación.

E: Dentro de estas etapas ¿Cuáles son las más importantes para el desarrollo? ¿Cuáles las definen como clave?

C: Todas son bastantes importantes, pero si seguimos lo que pasa en la industria, sobran las ideas, pero es más difícil llevarlas, definitivamente la parte de producción es en donde se ven si lo que se propone en la preproducción o gestación del proyecto concuerda con la realidad. Porque todos los proyectos se ven bonitos en el documento de diseño, pero que lleguen a funcionar es otra cosa.

E: Y ¿Cuál creen ustedes que es el caché de sus juegos, como en el Rock of Ages, que es lo esencial, lo que lo vende?

C: Ahí voy a entrar a defender el proceso previo que justamente acabo de decir, que es menos importante, pero creo que es lo que justo nos permite diferenciarnos de otras empresas y salir adelante y es que justamente que, a hoy en día, la industria de los videojuegos es tan competitiva que la suma de todas sus partes son lo que te hace llegar o no llegar a la meta. Entonces, la ejecución del videojuego es más difícil que pensar en la idea, pero no hay que menospreciar la dificultad ni la significancia que tiene lo que es partir a través de un concepto que es original y que es una buena idea. Yo creo que la suma de las dos partes es lo que nos da la ventaja y principalmente que somos muy osados con los proyectos que nos hemos lanzado, no todos, obviamente ha habido muchos tradicionales, pero los que más hemos intentado de hacer cosas distintas, se han alejado mucho del estándar de videojuego lo que nos da una ventaja tremenda. Yo te puedo plantear el caso opuesto en donde tienes un videojuego muy genérico, nada especial, con muy buena implementación; lo más probable es que le vaya a ganar al novedoso que está mal implementado, pero los dos terminan bien. Un equipo con mucha experiencia, que hacen un juego muy bien hecho, que hacen algo no muy original tienen mejores posibilidades que algo original que no es capaz de llevarla a cabo, definitivamente, pero también está partiendo con un tremendo problema, por lo que creo que nosotros decidimos muy bien en donde nos posicionamos, ya que nuestros proyectos son muy especiales

E: Definitivamente, viendo el portafolio de todo lo que han hecho, son definitivamente cosas que no se encuentran mucho a hoy en día, son únicos en lo que es dirección de arte.

C: Generalmente apostamos por cosas novedosas y no tanto por obras de diseño más convencional.

E: Cuando piensan, crean un mundo ¿Cómo lo piensan? ¿Cómo es el proceso creativo para crear la inmersión en el mundo del juego? ¿Consideran primero la base artística o como el jugador se guía a través de este mundo para luego darle el estilo?

C: El Rock of Ages es un caso tan extremo que era un concepto que era ridículo en el que había que hacer algo para atarlo a una narrativa en el que estas, francamente, tratando de buscar una excusa para lograr encajar esto en este mundo. En este caso tenemos una roca que baja por un cerro intentando aplastar torres, objetos medievales y catapultas... ¿Por qué existe eso? No tiene ningún sentido, "cómo lo atamos a algo". En el Rock of Ages I, lo vamos a hacer Monty Python, entonces deberíamos reírnos, usar distintos períodos de arte, buscar distintos personajes de los cuales nos pudiéramos reír, había que hacer una historia muy salida de las mechas para contextualizar lo que está pasando: con esta roca que sube y baja, sube y baja hasta que se logra escapar del infierno, entra a portales en donde se encuentra con distintos personajes de la historia (respecto a la historia del Rock of Ages I), los tres Rock of Ages tienen una historia que es más una justificación para mostrar chistes ingeniosos sobre distintos períodos artísticos y personajes históricos más que, una cosa super planificada y una dirección/historia super meticulosa.

E: Entonces, primero vino la idea y luego la pregunta de qué construimos sobre eso.

C: Sí, definitivamente, pero ese es el caso de Rock of Ages, es lo particular de cómo está hecho ese juego.

E: Dentro del estudio ¿Tienen todo separado por departamentos o un organigrama fijo? O ¿Son bastante dinámicos en como se asignan los

roles dentro del desarrollo?

C: Somos bastante estándar en cuanto a eso, sí, hay equipos de arte, animadores, modeladores en donde se centran más en sus especialidades. Dentro de los que cumplen roles más diversos en la empresa serían los tres fundadores; Andrés, Edmundo y yo, que hacemos desde cosas de producción aburridísimas como de negocios hasta meter mano en todo tipo de cuestiones como animación, level design, hace mucho tiempo que dejé de modelar (crear modelos 3D) porque los cabros que vienen ahora son mucho mejores que yo.

E: Y con todo lo que se maneja, ya no se puede dedicar a todo.

C: Sí, pero igual sigo haciendo sonido y diseño de los juegos, lo cual es un rol clave junto con Andrés.

E: Dentro de todas estas áreas ¿Buscan profesionales o gente que estaba interesada en este mundo, como ilustradores o diseñadores gráficos?

C: Si lo tuviera que resumir en una palabra sería: "O erí bueno o erí bueno".

E: Tener las ganas y el portafolio para respaldar el trabajo.

C: Ganas no, talento. Me llegan mails todos los días de cabros con muchas ganas, pero no. Aquí nos podemos regodear mucho en ACE porque somos la empresa como, en Chile, somos como de las más top y hacemos juegos que se ven entretenidos entonces, cuando buscamos talento, tenemos que exigir y tener una vara alta para tener gente que tenga un relativo, alto nivel de experiencia, capacidades,

que demuestre harta capacidad. Ahora, han llegado gente que se han posicionado en puesto muy junior, que no sabíamos si tenían las capacidades y con el tiempo han demostrado un crecimiento explosivo y tener una posición super buena dentro del estudio a través de un esfuerzo enorme, pero diría que la mayoría de la gente que estamos buscando es porque tiene experiencia y talento. El cartón nos da lo mismo y las ganas siempre las tienes, porque siempre viene casi dado, nadie quiere trabajar en videojuegos si no tiene pasión por el trabajo.

E: Perfecto. Cuando llegan a las fases finales, ya empiezan con las pruebas para ver si todo se mantiene junto ¿Cuáles son los tópicos que suelen salir durante las fases de testeó?

C: En multiplayer, es la sincronización de objetos, eso suele ser un desastre. Otra cosa horrible es la optimización consolas y uso de memoria, suele ser un dolor de cabeza. Algunos textos de certificación suelen ser complejos, los requerimientos de las plataformas, los platform holders, suelen ser un problema. Esos suelen ser problemas que se repiten.

E: Podríamos decir que cuando llegan a la fase de testo, ya las áreas esenciales como modelo de juego, interfaz, mecánicas, la experiencia ya todo estructurado.

C: Eso suele tener una etapa de duración que ocurre mientras ya empiezan a trabajar en otros proyectos, en el período final (de desarrollo). Interfaces, no, porque muchas de las issues ocurren y suelen sufrir mucho en los procesos finales de QA (Quality Assurance). El (cambio de) diseño visual de las interfaces, no, pero la funcionalidad sí, eso es crítico. Diseño en general, se pueden estar dando toques finales, pero es raro que haya cambios drásticos a este punto.

E: Lo máximo son pequeños ajustes.

C: Ajustes, claro.

E: Continuando ¿Cuál es su opinión de la actual escena del videojuego chileno? ¿Cómo la siente en este minuto?

C: Frágil. Frágil, esto corre para todo país que está intentando salir para adelante en la industria de los videojuegos. Es una palabra fuerte, pero yo he considerado que la industria de los videojuegos en Chile siempre ha sido frágil a pesar que ha tenido un crecimiento muy grande e incluso entre las empresas que están frágiles, considero que incluso nosotros estamos entre esas empresas, porque dependemos de tirar proyectos que salgan bien y si no salen para adelante, se te pueden caer.

E: Todo está muy líquido todavía.

C: Sí, muy líquido y no hay ninguna empresa que haya tenido un éxito tan rotundo que le hubiera garantizado una posición en la que puedas decir, no sé, dentro de los próximos 5 años puedes estar sin problemas o que tienes todo garantizado. Para mi gusto, para que tú puedas decir que una empresa sea más o menos sólida, es una que no tenga que estar preocupada del próximo videojuego que tenga que hacer después de lanzar el actual y eso no te quite el sueño, yo no conozco casi ninguna empresa nacional que eso no le quite el sueño, de repente las que proveen muchos servicios para extranjeros y tienen clientes más o menos comunes, no van a sufrir mucho de eso. Pero también eso es un modelo poco emocionante del cual hablar, porque ser proveedores de servicios para empresas establecidas grandes, en realidad no estás hablando de empresas que están haciendo su

propio camino, arriesgándose en este mar de competencia de lucha internacional, es casi algo aparte.

E: Interesante saber eso, porque la noticia siempre la muestran (a la escena) “en crecimiento y fuerte”.

C: Yo no quiero desmerecer, creo que algunos de mis colegas quieren plantearlo de esa manera porque en general para mostrar fortaleza, pero creo que lo se ha demostrado en Chile es un crecimiento muy importante, creo que a nivel latinoamericano somos unos de los que más ha demostrado y ha tenido un impacto real, considerando lo enano que es este país y eso es bastante notable y le ha ido muy bien en ese sentido, pero todavía somos una industria a la cual está siempre a un año de que “podría, bueno resulta, no resulta”. Mira, incluso nosotros mismos, tuvimos...

E: La pandemia.

C: Eso, ahí puedo hablar en cierta medida de la fortaleza que tuvimos para mantener y proyectarnos más allá del 2021, y que tuvimos proyectos nuevos y que todo va para adelante, pero tuvimos piedras en nuestro camino y no se pudo haber dado que en la pandemia las empresas estuvieran, lo estuvieron, más generosas para invertir y no tuviésemos esa garantía de aquí para adelante y estuviéramos todos “recagaos” sin saber que hacer para adelante, eso se pudo haber dado, era un escenario super factible, no era algo inventado y para mí eso estaba ya asimilado.

E: Por supuesto, es una visión bastante realista que igual es importante saberla.

Bueno, cerrando un poco; por referentes ¿Cuáles son los referentes que rondan por el estudio? Tenemos el caso del Rock of Ages con Monty Python y el Marble Madness ¿Algún juego/referente que signifique mucho para el estudio y puedan decir que hayan sacado hartito de él?

C: Nosotros siempre tenemos referentes/juegos de los que sacamos cosas para los proyectos. El Marble Madness resulta algo pequeño dentro de la lista de que nos inspira en un punto de partida, pero y va sonar un poco ridículo, pero uno de los juegos que nos sirvió de inspiración para las mecánicas del Zeno (Clash) fue la gameplay del Punch Out de la NES, no el Super Punch Out, el Punch Out; el antiguo, el viejo, viejo, viejo, el de 8-bits. Por la forma que estaba estructurado el sistema de combate, el evadir para los lados, pegarle a los monos, tener una cierta capacidad limitada de pelear. Entonces, nosotros cuando dijimos que íbamos hacer el Zeno Clash, dijimos que íbamos a mezclar el Punch Out de la Nintendo con el Zelda y “¿Pero de qué me estás hablando? (risas)”. Por el sistema de targeting, en la forma en la “lockeo” a un oponente entonces, cuando yo quiero un encuentro con él, ya se vuelve algo más personal como un juego de boxeo, chiquitito, de la época en donde los enemigos tienen claras animaciones, que tienes la visibilidad de que te van a atacar y puedes evadirlo, qué es lo que vas a hacer, etc. Pero eso de sacar aspectos chiquitos de juegos, eso que nosotros los miramos y podemos estar mirando todo tipo de juegos, desde muy antiguos hasta muy modernos. No creo que hayamos mirado un juego y digamos “voy a hacer algo así”, excepto en el que peor nos ha ido por lejos, que es el Soul Seraph...

¿Soul Seraph? Ah! (risas).

C: ...El cual fue un fracaso absoluto para la empresa, pero siento que ese fue un tema de presupuesto, era demasiado chico y era demasiado

ambicioso para lo que hubiésemos querido. Queríamos hacer un montón de cosas en ese proyecto que las tuvimos que cancelar todas porque le presupuesto no nos daba.

E: Sí, se notó bastante (risas).

C: (Risas) Sí, sí. Osea, el juego menos original que hemos hecho y al que peor le ha ido, pero para lo que es nuestra línea principal, porque yo no lo considero como tal, y lo que mucha gente no lo sabe; el juego, después del Rock of Ages II, el juego principal para esta empresa, que aún no ha sido publicado y eso que ha estado en producción desde el 2017. El Soul Seraph fue un proyecto pequeño secundario para la empresa y el Rock of Ages III fue una co-producción en la cual nosotros solo nos encargamos de algunas partes, pero nuestro proyecto serio, nuestro proyecto punta de lanza desde el lanzamiento del Rock (of Ages) II, que para nosotros fue un proyecto super exitoso, es el Eternal Cylinder, que todavía no sale.

E: ¡Ah, cierto! Se ve bastante interesante.

C: Ese ha sido nuestro caballo de batalla principal desde el 2017, es a lo que le hemos estado dando todo el cariño, ese ha sido el proyecto central para nosotros después del Rock (of Ages) II, que también fue un hito también super importante porque pusimos de todo el corazón, porque sabíamos que le estábamos haciendo una secuela a una entrega bastante importante para la empresa, nuestro “figure holder” en todo sentido (refiriéndose al Rock of Ages I), así que había que darle con todo.

E: Claro. Como última pregunta, dentro de los referentes; con respecto a lo que fue llevar a cabo los elementos visuales del Rock of Ages ¿Se inspiraron en algún estilo específico, como el renacimiento, por ejemplo?

C: Mira las animaciones de Terry Gillian³⁷ y te darás cuenta al tiro, de los Monty Python (risas). Las animaciones recortadas que tiene Terry Gillian en la película The Holy Grail, eso es...

E: Lo que define todo.

C: ...Exacto. Ellos tienen un montón de animaciones chistosas del Rey Arturo, el período medieval y nosotros miramos, dijimos que “queremos hacer eso”, pero con los períodos del arte, con personajes históricos, tú los ves y es más que obvio que de ahí viene.

E: Claro, era cosa de confirmar no más.

C: Claro.

37. Terry Gillian (Minnesota, 1940): comediante y miembro del grupo de comedia Monty Python, de nacionalidad británica y de origen estadounidense.

B. Entrevista a Oscar Cerda (Watchmaker/Micropsia Games):

Entrevistador: ¿Cuál es su visión del videojuego? Qué es lo primero que ven ustedes: ¿Crear una experiencia completa, una historia sencilla tirando a algo más arcade? Imaginaré que ustedes son más de contar historias.

Oscar: Claro, cuando nosotros partimos la empresa la idea era establecer un sello, un tipo de juego que queríamos hacer. Entonces, a medida que hacíamos cosas fuimos viendo que lo narrativo era lo nuestro, como poder contar historias desde lo interactivo... Pero sin dejar de lado que esto es un juego, que igual hay muchos juegos que se centran mucho en la narrativa y que son casi una película interactiva, nosotros queríamos hacer algo más que se sintiera como un juego y bueno también el tema de los juegos de puzzle, queríamos que el juego fuera también un juego de puzzles.

E: Comprendo, entonces podríamos decir que ustedes se centran en la narrativa, pero sin olvidar el Game Feel, por así decirlo.

O: Claro, exactamente.

E: Dentro de su proceso de desarrollo de videojuego, ¿Cómo son ustedes dentro de su estructura cuando desarrollan un juego? ¿Lo hacen por etapas, lo tienen internalizado y organizado o son más dinámicos en cómo desarrollan?

O: Lo que pasa es que todo esto fue un aprendizaje, Watchmaker partió el 2012 en un diplomado de videojuegos, fue el proyecto final.

E: Ah, fue el proyecto final para salir del tema.

O: Claro, pero la idea siempre fue, con mi ex-socio Marco, que estuvimos en ese diplomado, la idea era hacer un prototipo de videojuego que después pudiéramos continuar como empresa y eso fue lo que hicimos... Entonces, el primer prototipo de Watchmaker, la versión uno, cambió mucho después. Comenzamos a hacerla de nuevo, sobre todo la dirección de arte, se rehízo completamente, era como más fotorealista, después decidimos llevarlo más a algo más híbrido y cartoon.

E: Es algo que han llevado desde un buen periodo de tiempo.

O: Fue cambiando mucho.

E: Se podría decir que fue lo que fundó a Micropsia.

O: Claro, exactamente. Al principio éramos nosotros dos solamente, yo me encargaba de la parte artística y él la de programación entonces, el juego lo construimos entre los dos y tomamos la base que yo había desarrollado en el diplomado. Se conservó casi toda la parte mecánica desde ahí y todo el resto se rehízo, desde la historia, la narrativa, el arte, todo eso se hizo después desde cero de nuevo.

E: Inicialmente el Watchmaker iba a ser una historia más rápida, que obviamente se extendió con el rediseño o siempre fue pensado, así como una historia más grande, completa que se vaya extendiendo a través de varios capítulos.

O: No, desde el principio se pensó como una historia grande que fuera por capítulos, el tema es que uno al principio no sabe, uno tiene claro ciertas partes de la historia y uno no sabe que tan grande puede llegar a ser, todo depende de lo que pasa entremedio y bueno, el tema de

los recursos. Como te dije, los dos primeros años trabajamos solos y después obtuvimos recursos para contratar gente y tener un equipo de arte para poder hacer todo el tema de la producción.

E: En este minuto ya tienen equipos, departamentos definidos dentro del estudio, no?

O: Claro, cuando hicimos Watchmaker los teníamos, pero como tu podrás entender, los recursos van y vienen, no siempre se cuenta con recursos para mantener equipos completos.

E: Full time.

O: Full time, claro. Es complicado acá en Chile hacer eso, ósea, muy pocas empresas lo hacen.

E: Claro, actualmente son con una crew rotativa, dependiendo del proyecto.

O: Dependiendo del proyecto, nosotros no nos dedicamos al 100% a hacer ese juego. Porque era nuestro juego principal, para poder obtener recursos, lo que hicimos fue hacer proyectos pequeños en paralelo para terceros, principalmente juegos educativos.

E: Prestar servicios.

O: Prestar servicios, hicimos dos juegos para el Banco Estado, con eso nos llegaron hartos recursos y algunos proyectos para empresas

más chicas, peor nunca fue así de que “no, nos vamos a dedicar completamente a Watchmaker”. Por eso nos demoramos tanto también.

E: Claro, imaginaré que dentro del estudio igual tienen un equipo fijo, que igual es pequeño, pero ¿Cómo se reparten en sentido de organigrama o son bastante dinámicos dentro de los que son permanentes dentro del estudio?

O: No, somos super dinámicos, bueno, te hablo de “nosotros” pero ya no somos “nosotros”, yo me fui del estudio el año pasado, me fui de Micropsia y no sé cómo esté funcionando ahora el estudio. Yo hablo hartito con Marco, pero no sé en qué andarán ahora o en qué proyecto. Yo ahora estoy armando mi propio estudio, entonces no sé qué estará pasando ahí. Lo que sí estamos trabajando juntos, como coproducción, es el Watchmaker para consolas. Porque Watchmaker lo sacamos el 2018 solamente para Steam y ahora lo vamos a llevar a todas las consolas; la Play (Station) 4, Xbox One y (Nintendo) Switch. Espero que salga en febrero del próximo año, pero...

E: No se promete nada con la famosa pandemia.

O: Claro, el juego iba a salir ahora en octubre, pero se atrasó, como se retrasan todas las cosas.

E: Si CyberPunk³⁸ (2077) se sigue retrasando ¿Cómo no se van a retrasar ustedes?

38. Cyberpunk 2077 (2020): videojuego RPG/acción con temáticas del estilo de ciencia ficción del mismo nombre, cyberpunk, desarrollado por CR Projekt Red.

O: Si poh'. Con respecto a lo que me preguntabas sobre de cómo se organiza, siempre es dinámico, ósea, depende de cada proyecto. Lo que nosotros hacíamos era que teníamos unas personas de confianza, por ejemplo: siempre trabajamos con el mismo programador, teníamos personas de 3D que íbamos contratando por proyecto, entonces, la cantidad de personas, cómo se organiza depende de las necesidades del proyecto en realidad.

E: Comprendo. Dentro de ese tema, en el caso de Watchmaker ¿Cuáles son los aspectos que creen que vende la idea? ¿Cuál fue el área de desarrollo de Watchmaker en la que dijeron “ya, esto posiblemente sea nuestro sello” dentro de lo que es la idea?

O: La mecánica principal del juego, la premisa del juego, que fue desde donde partió todo esto. A mí, lo primero que se me ocurrió con respecto a Watchmaker era que el personaje envejecía rápidamente y voy a hacer un juego en que el personaje principal envejezca aceleradamente y todas las mecánicas, todo, gira alrededor de eso, todo lo que es mecánicas secundarias, narrativa, todo gira alrededor de eso. Y eso fue lo que precisamente fue lo que más llamó la atención del juego, que el personaje envejecía en tiempo real, tú veías cómo se hacía viejo, como corría encorvado, ese tipo de cosas y eran lo que más mencionaban en páginas de juego, era lo que más llamaba la atención.

E: Junto a este tipo de mecánicas, el hecho de que vaya envejeciendo y el control del tiempo ¿Cuáles son los elementos que ustedes consideran como icónicos dentro del mundo de Watchmaker? Lo que vende la ilusión al jugador de que en verdad está contralando al

relojero y está dentro del mundo de Watchmaker.

O: Yo creo que es lo redonde que se siente este mundo con respecto a su lógica. Porque Watchmaker, Alexander, que es el relojero, envejece producto de un personaje externo a la torre en donde él vive, echó a perder la torre y ahí empezó a envejecer entonces, todo en el juego es simbólico, todo tiene que ver con todo; todo tiene que ver con los personajes y todo tiene que ver con Alexander. Entonces, en el juego, a medida que vas avanzando tú sientes que todo esto está conectado, que todo va a converger, bueno, hay un misterio de porqué envejece Alexander en lo que todo converge.

E: Claro, el misterio de quién es este “Navi³⁹” que todo el rato te está diciendo que tienes que atender este tema.

O: Claro

E: Dentro de los elementos más llamativos dentro del Watchmaker en sí es, al menos a mí, es la manera en la que ustedes manejan la interfaz, de que es una interfaz completamente Diegética, es parte de Alexander en sí. ¿Cómo fue, más o menos, lo que les dio la idea de traer este elemento dentro del juego?

O: Yo dije como “yo quiero que sea como Dead Space” y eso quería (risas).

E: (Ríe) Me imaginé que Dead Space sería una gran inspiración en lo que sería la interfaz.

39. Navy: personaje recurrente en la saga The Legend of Zelda: Ocarina of Time (1998), quien acompaña al protagonista otorgando guía al jugador.

O: Es un juego super narrativo y todo lo que sea interfaz, siempre te saca de la inmersión del juego entonces, yo dije que “Dead Space lo hace super bien” como te pone esta interfaz incorporada en el modelo del personaje, como que uno se mete completamente al juego, no hay nada que te saque y eso me gustó mucho. Entonces intentamos recrearlo en el juego, creo que Dead Space lo hizo mucho mejor que nosotros, pero intentamos llegar a eso.

E: Por supuesto, competir con la cantidad del equipo de desarrollo detrás de eso es complicado, pero igual es un logro del desarrollo.

O: Además, lo otro complicado es la cantidad de información, porque en Isaac (protagonista de Dead Space), era solamente una barra de energía. En el caso de Alexander uno tiene la edad en número, la barra de estamina y la carga de los poderes, y al final, uno tiene que prestar atención a todo.

E: Dentro de lo que son los talentos del estudio, la gente que participó dentro del desarrollo de Watchmaker ¿Buscaron a gente involucrada en el área? Sé que estabas involucrado en el arte, pero ¿Buscaron profesionales, como ilustradores, programadores, diseñadores, etc o simplemente los buscaron por talento o portafolio?

O: Lo que pasó ahí es que a ciertas personas las buscamos y otras llegaron. Llegaron varios haciendo práctica en Micropsia, algunos se quedaron y los contratamos para el proyecto, sobre todo en la parte artística, llegaron varios artistas en el ámbito 3D y fueron creciendo en el estudio. Había personas con más experiencia, por ejemplo, contratamos a un diseñador 3D que había estado con nosotros en el diplomado y lo teníamos en la mira hace tiempo, entonces esperamos a tener recursos y lo contratamos. Él fue quién hizo gran parte de los

personajes (modelos), quién es Cristóbal Alarcón.

Bueno y en la parte de concept art, llegó gente de esa área a hacer práctica y varios se fueron quedando.

E: Podemos decir que llegaron a medida que se fue armando el proyecto, por ejemplo, a Alarcón lo tenían en la mira, pero el resto fue más espontáneo a medida que avanzaba el desarrollo.

O: Claro.

E: Durante la fase de testeo ¿Cuáles eran las cosas que más salían a la luz cuando testeaban, las que más se discutían?

O: Mira, lo que discutíamos siempre era el tema de la Experiencia de Usuario, que era nuestra área más débil, que el juego se entendiera. Cuando lo testeabamos con gente, pasaba mucho que se perdían, yo creo que fue lo que más nos costó; crear feedback suficiente como para que la gente pudiera orientarse bien dentro del juego. Por ahí pasaron muchas ideas, por un tiempo el juego tuvo cartelitos, pero estos no servían de mucho, así que, después pusimos unas pisadas por donde pasó el malo, porque en el juego, uno va persiguiendo al que saboteó la torre y así fuimos agregando más cosas.

E: Otras de sus soluciones fue esta voz que le va hablando a Alexander y los movimientos de cámara.

O: Claro, los movimientos de cámara, aunque la voz, la mayoría de la gente no presta atención a los textos o las voces, entonces no era una gran solución tampoco, como que la voz se volvió más narrativo no más, si daba pistas, pero no tantas, las cosas que resolvimos

fueron más visuales. Lo último que pusimos, creo, que fue después del lanzamiento que fue que los enemigos al morir tirarán un ítem que te restaurara un año de vida y tiraban varios, ese mismo ítem lo utilizamos para hacer caminos y que la gente los siguiera.

E: Ah, ¿Inicialmente esos ítems no estaban?

O: No, los pusimos después.

E: Y ¿Cómo llegaron a ello, fue a través del feedback o fue porque la gente se quejó y dijeron “¡Oh! Faltó algo más”?

O: No recuerdo bien como fue, creo que fue algo más de como “hey, podemos hacer esto”, parece que no fue feedback de la gente.

E: Si, honestamente estaba haciendo reminiscencia y sería bastante difícil avanzar por los niveles sin los ítems.

O: Y también la gente alegaba que el juego era difícil, así que bajamos bastante la dificultad después del lanzamiento y esos ítems contribuyeron bastante a que Alexander no muriera tanto.

E: Claro, porque o si no, te obligaba a hacerlo todo perfecto de una, se estaría constantemente devolviendo.

O: Entonces, después de lanzar entendimos que era algo super importante en tener a alguien especializado en UX, porque es complicado, alguien que lleve el testing y esa parte.

E: Comprendo, es una parte complicada dentro de todo, porque uno imagina que tiene todas las ideas listas y luego llega de que se omitió

algo, y ese algo se nota.

O: Si y otro tema es que en los testing son limitados también, nosotros no pudimos hacer tanto testing porque estábamos metidos en el desarrollo, muy metidos en el desarrollo, arreglando problemas y como igual es el primer juego grande que hacemos, uno no puede prever todos los problemas, los problemas aparecen no más. Por ejemplo, tuvimos muchos problemas con el control de los joysticks con las interfaces, porque no es lo mismo el input del teclado como el de los controles, se manejan de otra forma entonces con eso tuvimos muchos problemas.

E: Si, debo admitir que tuve una experiencia más agradable con el mouse y teclado que con el control.

O: ¿Si? Dale, igual lo intentamos para dejarlo lo mejor posible, pero...

E: Siempre quedan ciertas cosas.

O: Claro, pero es un problema, sí.

E: De todas maneras, dentro de lo que pude notar en lo que jugué y lo que vi, pude notar algunos referentes como el del Dead Space para la interfaz ¿Qué otros referentes tenían dentro del videojuego, como alguna película, algún estilo de arte que los llevó a esto, al desarrollo final o las mecánicas?

O: Mira, la parte artística estaba super claro; dentro de los juegos mi inspiración era el juego de Alice de American McGee ¿lo cachai?

E: Si, si lo cacho.

O: American McGee Alice y el Alice Madness Returns, fueron como la referencia principal. Ahí había un corto que vimos, era un corto latinoamericano, que era de Allan Poe y también de ahí sacamos esta estética más o menos cartoon de los personajes con estos rasgos duros y no me acuerdo como se llama... no recuerdo, pero esas eran las referencias principales.

De mecánicas habían como el Príncipe de Persia con el manejo del tiempo, los puzzles. También Zelda, juegos de puzzles más antiguos de la Nintendo 64, cachai.

E: El Zelda es uno que siempre vuelve, una y otra vez (risas).

O: Si, nosotros queríamos armar ese tipo de puzzles, con las cajitas y eso tipo de cosas.

E: Claro, una cosa que me llegó es que quizás podían tener una influencia del stop-motion de Tim Burton⁴⁰, que algo me sonaban los personajes al verlos, curioso.

O: Bueno, también fue referencia, ósea, hubo hartas referencias, hartas películas como la Ciudad de los niños perdidos también fue referencia, no sé si la has visto.

E: No, no me suena.

O: Es una película como de Steampunk. ¿Qué más?... No recuerdo todo en este momento, pero igual hubieron hartas referencias, pero esos son

los principales; Alice, el corto que no me acuerdo el nombre que era de Edgar Allan Poe⁴¹, que también sus cuentos fueron referencia para la narrativa, como la narrativa victoriana oscura, en donde siempre hay una esposa muerta (risas).

E: (Ríe)

O: Y esas cosas, no me acuerdo de más.

E: No, perfecto. Igual esto me ha servido bastante para tener un insight de como Watchmaker fue concebido. Igual, para cerrar esto me gustaría preguntarte ¿Cuál sería tu impresión o qué impresión tienes actualmente de la escena del videojuego chileno?

O: Pienso que ha mejorado mucho, sobre todo en el apoyo del gobierno, sobre todo en ProChile con los viajes internacionales, han puesto hartas lucas en que las empresas puedan internacionalizarse y poder viajar a reuniones de negocios en las ferias internacionales. Fui tres veces: la primera fui a Gamescon en Alemania, después me tocó ir a GDC en San Francisco y la última vez que viajé fue al Tokio Games Show⁴², entonces esas son oportunidades super grandes de crecer. Bueno, la cantidad de empresas, por lo que yo sé porque ya no estoy en la VG Chile, no ha aumentado mucho, sigue siendo alrededor de 45-50 más o menos las que están dentro de VG Chile, pero empresas, así como “no oficiales” que no están dentro de VG Chile, sé de varias por lo que ha crecido mucho.

E: Se podría decir que son empresas que están esperando emerger.

40. Tim Burton (California, 1958): reconocido director, productor, escritor y dibujante estadounidense.

41. Edgar Allan Poe (1809-1849): escritor, poeta, crítico y periodista estadounidense, conocido por sus relatos en género de terror.

42. Gamescon, GDC, Tokio Games Show: tradeshows/conferencias de la industria de los videojuegos que se celebran, usualmente, de forma anual.

O: Claro, varios estudios que deben estar haciendo cosas y nosotros no sabemos, no están dentro de los canales más oficiales, pero eso, en los últimos como que se ha acelerado más el tema, pero aún somos una industria como incipiente, pero vamos para allá, vamos a pasito lento pero seguro.

E: Claro.

O: Lo que no sé si, es qué tanto afectó la pandemia.

E: Yo creo que dentro del próximo año vamos a saber, cuando empiecen a salir los reportes.

O: Yo creo que, dentro de la industria creativa, yo pienso que la del entretenimiento interactivo fue la que menos se vio afectada, los videojuegos, porque las empresas siguieron haciendo juegos a distancia. Por ejemplo, el cine, yo creo que los destrozó el hecho que cerraran los cines y las productoras chilenas que hacen películas orientadas al cine, tienen muy bajo presupuesto y con la pandemia se cortaron todas las producciones.

Al menos de lo que he podido ver, esto de trabajar a distancia no ha parado a la escena indie. He visto aporreadas a las grandes producciones, pero a la escena indie no la he visto parar.

O: Dale y en caso de los videojuegos, yo creo que no afectará tanto el tema de la producción, pero si siento que afectará la disminución de la los fondos públicos. Por ejemplo, el presupuesto del 2021 ya estaba listo, los de cultura, ya tenían completados los fondos para el 2021, yo creo que para el 2022 los van a reducir, porque el presupuesto ya se redujo este año.

E: Como todo este año.

O: Sí, como todo y tal como tú dices, empezaremos a ver los efectos de todo el próximo año, cuáles fueron las consecuencias de la pandemia.

C. Entrevista a Rubén Jacob, Investigador de Diseño Emocional de productos:

Entrevistador: Ha tenido algún tipo de contacto con el modelo de “Juegos como servicio”.

Rubén: Contacto, sí. Cuando deje de jugar, ya más chico, empecé a notar que estaban mutando hacia allá era como algo que dejaría estar enclaustrado en el pc del usuario .

E: O lanzamiento único.

R: Exacto, estaban pasando a multiplataformas, desarrollar esto de los mundo permanentes. Se notaba que iba hacia allá y siendo que ya no juego muy seguido, lo he visto a nivel de noticia, es que son un servicio hoy en día.

E: Claro, una de las cosas que da forma a este modelo es que, está hecho para ahorrar recursos sobre todo, para pasar a un solo producto y este extenderle la vida útil el mayor tiempo posible y ¿Cómo hace esto? Pensando en el usuario creando instancias de consumo extra para sostener el producto, que se les llama a las micro transacciones.

R: Eso tampoco es muy distinto a lo que ves hoy en día con lo que son el software.

E: Claro.

R: En general, probablemente estos empezaron antes con esta idea

del “producto/servicio”, donde tenías “plug-ins”, donde tu comprabas una licencia y está tenía renovación automática.

E: Como Adobe, los de Macromedia, Autodesk⁴³. Que esto vendría ser una de las áreas que estoy buscando porque, el modelo está en auge, en uso, pero por donde busque, no tiene una definición como tal. Existe, únicamente. Una especie de investigación sería al respecto, no ha habido. Sacaron la excusa de que proviene de las economías de celular pero hasta ahí llegaron.

Entonces he observado que se propone un servicio longevo pero de la manera que lo han presentado es la manera en que mucho tienen un suceso o un fracaso.

E: Con respecto a los servicios longevos; cuánto se puede esperar que dure este servicio y hasta qué punto es viable?

R: Entre Design Thinking y Diseño de Servicios no hay una relación directa, eso para tomar en consideración. Design Thinking es un método que surge por los 90's.

E: En Stadford⁴⁴.

R: En Standford, con Tim Brown, los hermanos Kellygs como los grandes artífices de esta cosa y definieron lo que era la metodología del diseño aplicada a cualquier cosa que no fuera diseño, que podía servir para diseñar. Con procesos que estaban basados en dos cosas principalmente con respecto a los procesos que se venían utilizando

43. Adobe, Macromedia, Autodesk: empresas especializadas en el desarrollo y licenciatura de software de diseño/desarrollo web/ingeniería.

44. Universidad de Standford.

en la industria antes. Que eran: La iteración repetida, en el fondo, prueba y error, e ir mejorando a medida que se llega a un resultado “x”. Y la incorporación del Prototipo, que eran elementos, formas de hacer las cosas muy propias del diseño y que no estaban internalizadas en otro tipo de disciplina o área, pero el Design Thinking no es más que eso. Es un método de diseño que tuvo su boom por ahí, por el 2005, un poco antes y después quedó como lo que es; una herramienta de trabajo que te permite llegar a ciertos resultados.

Ahora, el Diseño de Servicios es otra cosa, creo que tiene mucha más profundidad porque, ya no es un método, sino que, un área donde el diseño a través de diferentes métodos puede incidir en generar un servicio mejor, particularmente está vinculado a la Experiencia de Usuario, Diseño centrado en las personas, de Servicios de entrada a las personas, Servicios basados en las experiencias/emociones, etc. Entonces, allí hay un tema porque, retomando un poco lo otro, esta idea de los juegos como servicio, está idea permanente, obviamente enriquecen la experiencia del usuario en términos de lo que va a vivir en el juego, en especial estos que son super inmersivos que empiezan a requerir un montón de otros puntos de contacto entre el servicio y el usuario que ya no es solo la pantalla, el mouse, teclado o un joystick, sino que, hay lentes.

E: Empieza lo que son los Eventos de Realidad Aumentada, en cual es juego sale del mismo formato.

R: Y mecánicas que van más allá que requieren la participación colectiva, ya no solamente a través de comunicarse con otra persona que está jugando al mismo tiempo que tú, sino que, hay convenciones donde se habla de juego, no sobre películas, libros, que sé yo. Va gente disfrazada de los personajes de los juegos, en vez de los personajes

de los libros. Ahí está una idea de colectivo, mundo global llevar esta idea de la fantasía para entretenerte un rato a esto más denso, que tiene que ver más con quién eres tú, con cómo te auto defines, cuáles son tus maneras de situarte en el mundo.

Ahí hay un tema donde lo pueden dotar de más profundidad pero, al final es un negocio así que ¿Hasta dónde llega ese punto?

E: Bueno a retomando lo que dijo sobre la iteración y sobre su usuario porque, esto tiene como base tomar el feedback a través de los nuevos medios y convertirlo en un iteración nueva, una y otra vez. Entonces, de ahí viene la relación que veía con el Design Thinking cuando lo leí de un principio.

R: En efecto, se podría tomar.

E: Y también la relación con el Servicio de Diseño al incorporar al usuario en la co-creación del valor.

R: Si, lo que yo creo es que lo juegos hace rato están utilizando lo que es ese recurso como parte de su desarrollo. La co-creación, el diseño empático, todo lo que tiene que ver con desarrollar en conjunto con el usuario, son cosas que ocurren cada vez más y que antes también, pero quizás más disperso o menos aprovechado por las empresas. Porque, los usuarios que hacen “mod” existen desde siempre. Desde cosas básicas a cosas que llegan a ser tan grandes que se convierten en oficiales.

E: Claro, muchos juegos empezaron como mods, como es el caso del “Team Fortress” que comenzó como un “mod” del “Counter Strike” que llegó a ser un juego completo.

R: Entonces ese tipo de cosas ya son maneras de co-crear que parecen novedosas pero casi, han surgido espontáneamente.

E: Claro, y la idea de todo esto es definir el modelo, darle una sustancia al modelo que tanto nombran pero nunca definen. Porque, como había dicho, es una temática aún en desarrollo y es algo que se habla mucho en los medios de habla inglesa por ejemplo. Aquí en Chile no, por un tema que hablé con un desarrollador previamente, de que todo con respecto a finanzas es más receloso y más peligroso. Además está lo del usuario curioso, el usuario que no puede dejar algo sin resolver, sobre todo con esto de los juegos de realidad aumentada donde estos dejan pistas y luego las juntan comunicándose con usuarios de todo el globo.

R: Mira este artículo; "From Game Design to Service Design" habla de cómo "gameficar" los servicios, esto puede hacer contraste con lo tuyo.

E: Cómo hacerlos más lúdicos, no?

R: Tú hablas de "servicizar" los juegos, por decirlo de alguna forma.

E: Claro y mi curiosidad viene mucho de que al no haber una definición clara, da cabida a los distribuidores del servicio a modificar el marco como se les dé la gana, que tiene relación con las polémicas actuales relacionadas a este tipo de temas, que le tienden a decir "estirar el globo", a cuánto pueden llegar antes de la gente se queje. Entonces de ahí viene mi curiosidad para reunir información y aparte ver cuáles serían los marcos para este tipo de modelo.

R: Eso está bien estudiado, no sé si parte de los videojuegos pero, para

tu correlato es el Diseño de Servicio, no el Design Thinking porque te va a quedar corto para tu tema.

E: Claro.

R: Entonces tienes que agarras el Diseño de Servicios que también viene de Standford, con harta fuerza de Groenlandia y que en el fondo surge del Diseño de Experiencia y empieza a darle una vuelta y decir como las cosas pertenecen a Diseño de Servicio y no de otro tipo. Entonces, dentro de los videojuegos es super importante su capacidad de ser producto y lo importante ya es el servicio y el juego pasa a ser de segundo plano.

E: Si, muchas veces las mecánicas del juego son desarrolladas entorno al servicio.

R: Exacto y tú ves por ejemplo que hay plataformas de servicios de juegos online donde los juegos van cambiando, pero la plataforma se mantiene. Ahí lo importante es la plataforma en el fondo, eso ahí puede ser un tema, que abordes desde el Diseño de Servicios directamente. De ahí hay dos temáticas importantes particularmente. El primero es el artículo que publica Pine & Gillmore en los 90's que habla de la economía de la experiencia, de cómo la economía va a cambiar radicalmente, lo tenían claro, de pasar de ser una en torno a la venta de cosas a pasar a una economía que vende experiencias y estar dispuestos a pagar por ellas. Y lo que viene a ser lo que Max Steeldon define como Diseño de Servicios directamente: "Esto es Service Design Thinking", que hace una mezcla entre las dos cosas. Ese es el concepto que debes integrar porque, le pega totalmente y te daría la razón, al fin y al cabo, de lo que estás pensando porque, es un fenómeno que está ocurriendo, a pesar de como te digo, yo ya no

tengo mucha cercanía con el tema de los juegos, lo veo y que pasa en todo.

E: Es más, el hecho de que ya llegara a cobrar espacio de publicidad, en lugares comunes como el metro.

R: Exacto, y hay otro tema que tiene que ver con el tema del cine, que viene cuando tú colocas marcas en una película.

E: Como los auspiciadores.

R: Entonces tenemos ejemplos como James Bond usando el computador y se ve qué marca es.

E: Es un "Product Placement".

R: Exactamente, "Product Placement" y eso están haciendo los juegos también, entonces se está desdibujando entre realidad y fantasía.

E: Esto me recuerda al caso de sobre los productos de entretenimiento más exitosos de la historia, que hasta el momento aún era "Lo que el viento se llevó", pero fue destronado por el "GTA V⁴⁵" que claro, tiene un "Product Placement" enorme, marcas reales, sobre todo lo que son autos y artistas musicales.

R: Y también tiene que ver en cómo la gente colabora en incrementar la dimensión al crear modelos 3D, texturizados, todo ese tema que se vuelve parte oficial y extraoficial del juego. Lo que lo hace interesante

porque, una de las mejores maneras de integrar al cliente, tiene que ver con la personalización que es un tema que siempre se ha ocupado para generar vínculos con el tema y hay una lista de 9 aspectos que uno tiene que considerar cuando habla de la personalización y ahí tienes que ver quién la inicia. Normalmente era el usuario, hoy es el fabricante. Hoy en día muchos juegos vienen con un editor, facilitando el "mod" y que todo el mundo lo pueda hacer, a distintos niveles.

E: Esto también lleva a colaboraciones entre usuarios que tiene la idea y los que tienen la habilidad.

R: Obviamente, esto un estudio super acabado del usuario, no es casualidad.

E: Alguien observó las tendencias.

R: Exacto. Uno como usuario de esto, estamos bien presos de estos estudios de tendencias que se hace y hoy en día las empresas grandes tienen gente que está estudiando a nivel prospectivo para 40 a 50 años de lo que viene y lo tienen claro. Entregan informes, dan escenarios posibles y trabajan para el que le parezca más viable.

45. GTA V (2013): siglas de Grand Theft Auto V, videojuego de mundo abierto y acción, desarrollado por Rock Star Games.

