



UNIVERSIDAD DE CHILE
Facultad de arquitectura y urbanismo
Escuela de pregrado

Emocionalidad en los videojuegos

Diseño de experiencias emocionales en flujo
aplicado a videojuegos

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE DISEÑADOR

TOMÁS ANDRÉS RODRÍGUEZ CONTRERAS

PROFESOR GUÍA
Daniel Antonio Reyes León

SANTIAGO DE CHILE, 2023

1. Presentación

- P. 5-6Objetivos
- P. 7-8Abstract
- P. 9-12 Fundamentación

2. Marco teórico

- P. 15-18Las emociones segun Robert Plutchik
- P. 19-20La percepción segun Maurice Merleau-Ponty
- P. 21-24Diseño emocional de Donald A Norman
- P. 25-29Flow de Mihaly Csikszentmihalyi

3. Problema de investigación

- P. 31-32Problema de investigación
- P. 33-36Análisis de documento conceptual de un videojuego
- P. 37-38Estructura de un videojuego
- P. 39-48GRIS
- P. 49-50Conclusiones de análisis

4. Levantamiento de información

- P. 52Encuestas a usuarios
- P. 53-57Datos cuantitativos
- P. 58-64Datos cualitativos

5. Referentes desde el diseño

- P. 66Referentes desde el diseño
- P. 67-72Modelo de experiencia de usuario
- P. 73-77Diseño Persuasivo

6. Marco teórico vs levantamiento de información

- P. 79-90Marco teórico vs levantamiento de información

7. El proyecto

- P. 92-93Introducción
- P. 94.....Conclusiones preliminares

- P. 95Descripción
- P. 96Objetivos del proyecto
- P. 97-98Metodologías
- P. 99-100 ...El usuario
- P. 101El contexto

8. Set de herramientas

- P. 103-104Emocionalidad aplicada a la experiencia de un videojuego
- P. 105-111Modelo de inmersión emocional en flujo

9. Conclusiones y aclaraciones

- P. 113-114Conclusiones
- P. 115Aclaraciones

10. Bibliografía y Anexos

- P. 117Bibliografía y Anexos

Objetivos

Objetivo general

Generar un set de herramientas conceptuales para poder condicionar estados emocionales en la experiencia de usuario de un jugador, integrando directrices del flujo de Mihaly Csikszentmihalyi para incentivar el disfrute y entregar una experiencia significativa.

Objetivos específicos

1. Reconocer emociones universales para todos los seres humanos y comprender sus causas y consecuencias, según lo estudiado por Robert Plutchik.
2. Comprender cómo se forma la percepción de una persona a partir de la fenomenología de Maurice Merleau-Ponty.
3. Reconocer los distintos niveles de procesamiento de información cognitiva y emocional y el cómo se relacionan con una persona, en base a los planteamientos sobre diseño emocional de Donald A Norman.
4. Familiarizarme con el modelo de Flujo, o Flow, de Mihaly Csikszentmihalyi, conociendo cómo se provoca, en qué consiste y sus beneficios a la experiencia de un usuario.
5. Comprender a nivel general, la estructura de un videojuego en su fase primaria.
6. Reconocer los elementos de interés emotivo de un videojuego a través del análisis de uno.
7. Levantar información de jugadores de videojuegos para reconocer, en base a sus experiencias, los elementos más importantes para ellos en relación a la emocionalidad.
8. Contrastar el marco teórico desarrollado con la experiencia de los jugadores de videojuegos.

1. Presentación

8. Integrar referentes desde la disciplina del diseño de usuario.
9. Contrastar marco teórico, con información levantada a partir de usuarios con herramientas de diseño de experiencia usuario.
10. Establecer diferencias entre los distintos contextos en que se desarrolla un jugador de videojuegos, mundo real y virtual.
11. Ubicar la emocionalidad en el modelo de experiencia de usuario de Jesse James Garret.
12. Crear un modelo de condicionamiento emocional a partir del FBM de Brian Jeffrey Fogg y Flujo de Mihaly Csikszentmihalyi, en contraste con el marco teórico.
13. Crear una tabla actualizada para entender estímulos emocionales en base a la experiencia de usuario en relación con lo expuesto por Robert Plutchik.

Abstract

Los videojuegos son un espacio donde las personas acuden por entretención y distensión, donde lo que menos quieren es tener que preocuparse de la vida real. Muchos de los videojuegos logran ofrecer la diversión deseada a los jugadores a través de interacciones simples, o instintivas, capturando a quienes acuden a ellos, llegando en algunos casos a generar una experiencia en que se pierden a ellos mismos en un vicio del cual no tienen control.

A partir del levantamiento de información realizado en mi investigación, pude dar cuenta que los videojuegos que no logran conectar con su público a un nivel emocional, tienden a gustar menos a los jugadores, no logrando captar su interés.

Por otro lado, los videojuegos que causan un gran impacto a los jugadores, sin importar que tan grandes o pequeños sean los estudios que los desarrollan, son capaces de conectar con los jugadores debido a la estimulación de la parte emocional de estos.

Si bien la disciplina enfocada en desarrollar videojuegos es el Game Design, o diseño de videojuegos, me interesa especialmente abordar desde una disciplina mucho más enfocada en cómo el usuario vivencia todo lo que ocurre dentro de un videojuego.

Es por esto que, a través de la disciplina del diseño de experiencia de usuario abordo este fenómeno, de cómo los jugadores son capaces de vivir experiencias memorables.

Para esto hago presentes estudios referentes a las emociones y su reacción a estímulos, la percepción, en contraste con diseño emocional propiamente tal y diseño de experiencias, complementado por un concepto muy pertinente a la temática el cual es el Flujo de Mihaly Csikszentmihalyi, que hace alusión a la experiencia óptima.

Para complementar la discusión hago presente la opinión de los propios usuarios de videojuegos para entender sus interacciones con este mundo.

Gaming is a space where people come for entertainment and relaxation, where the last thing they want is to have to worry about real life.

Many video games manage to offer the desired fun to the players through simple or instinctive interactions, capturing those who come to them, in some cases even generating an experience in which they lose themselves in a vice they have no control over.

Based on the information gathered in my research, I was able to realize that games that fail to connect with their audience on an emotional level tend to be less liked by players and fail to capture their interest.

On the other hand, video games that have a great impact on players, regardless of how big or small the studios that develop them are, are able to connect with players due to the stimulation of the emotional part of them.

Although the discipline focused on video game development is Game Design, or video game design, I am especially interested in approaching it from a discipline that is much more focused on how the user experiences everything that happens within a video game.

For this reason, through the discipline of user experience design, I approach this phenomenon, how players are able to live memorable experiences.

For this, I present studies referring to emotions and their reaction to stimuli, perception, as opposed to emotional design itself and design of experiences, complemented with a very relevant concept to the subject that is the Flow by Mihaly Csikszentmihalyi, which alludes to the optimal experience. .

To complement the discussion, I present the opinion of video game users themselves to understand their interactions with this world.

Fundamentación

Frente a un mundo desafiante y constante carga sobre nosotros como personas, el buscar lugares donde podamos sentirnos relajados por un momento, lejos de todo esto, se vuelve algo muy importante.

Si bien en los tiempos que estamos viviendo existen muchas alternativas de ocio y distracción, he llegado a interactuar más desde pequeño con los videojuegos.

Partiendo de algo tan básico como un juego de *Snake* en el celular a llegar a encontrar enormes mundos virtuales llenos de misterios y desafíos en *The Witcher*, donde como humanos comunes y corrientes del mundo real jamás podríamos sobrevivir en un entorno tan peligroso como este último videojuego presenta, pero gracias a que nos ponemos en el lugar del poderoso *Geralt de Rivia*, somos capaces de superar todos los obstáculos que se nos presentan.

Si bien ha de ser difícil para alguien quien no esté familiarizado con estos juegos entender de qué hablo cuando los menciono, lo que si pudiese comprender cualquiera es que, al jugar un videojuego, las personas entran en un mundo completamente nuevo al que conocemos, donde si bien podrían incluso encontrarse similitudes, las reglas y facultades presentes en estos, son determinantes para diferenciarlos de la realidad.

Recuerdo cuando pequeño ver a mi hermano mayor jugar *Final Fantasy VIII*, sentado conformándome con solo observar, cómo este mundo fantástico presentaba criaturas que nunca había visto, habilidades fuera de la lógica, y música que potenciaba aún más mi experiencia. Al jugar por mí mismo, ya mayor, este videojuego, la nostalgia de esa experiencia vuelve a mí y le da un valor agregado a esta nueva experiencia, así como igualmente lo hará el volver a este videojuego, al completar y superar los desafíos que tiene para mí.

Con esto quiero dejar en claro el impacto que puede tener un videojuego para una persona, donde no solo las vivencias del mundo virtual quedan grabadas en nosotros, sino que también lo que experimentamos en paralelo en nuestra vida real.

Existen muchos tipos de videojuegos en el mundo, demasiados géneros para nombrarlos todos, pero sin haberlos jugado todos (ya que sería imposible), hablando desde mi experiencia como jugador, de la cual sí puedo decir he jugado bastantes, encuentro que el potencial que tiene un videojuego para afectar la vida de una persona puede ser inmenso.

Tras pasar por diversos mundos virtuales, me di cuenta de que habían algunos los cuales tenían estructuras tan bien desarrolladas, tanto de narrativa como musical, de desarrollo de personajes, etc, que lograban llegar a sensibilizarme y llevarme a pensar y reflexionar sobre ciertas situaciones del videojuego.

¿Cómo un videojuego puede ser capaz de hacerme sentir de esta forma? Me pregunté, algo que yo pensaba, fue creado con la intención de entretener, fuera capaz de conectar a tal punto conmigo.

Nunca me puse a pensar, el trabajo y organización de los elementos que hacen a un videojuego ser lo que es.

Leyendo más sobre algunos juegos que me gustaban y las intenciones de sus creadores pude comprender la complejidad que poseen. Y de la misma forma, buscando contenido relacionado a estos, pude encontrar el impacto que estos tienen en la gente, cómo se involucran y relacionan a sí mismos con los personajes dentro de un videojuego.

Pues claro, tiene sentido, si es que consideramos el hecho de que en un videojuego somos nosotros mismos quienes toman control de un ser externo, el cual es protagonista de su propia historia, en un mundo totalmente distinto y nuevo, donde poseemos las herramientas para superar los obstáculos que se nos presentan. Somos uno con ese personaje, vivimos lo que vive, causamos que la historia siga su curso, somos el detonante de los acontecimientos de ese mundo, ¿cómo no sentirnos conectados con este?

Siendo adolescente también me ayudó a encontrarme con muchos amigos los cuales compartían el mismo gusto por los videojuegos, el impacto de estos llegaba más allá de lo límites de un mundo virtual.

En el mundo en que vivimos, los videojuegos están cada vez más presentes en la vida de muchos niños, adolescentes e incluso adultos, por tanto, su llegada a diversos sectores de la población es realmente inmensa.

El sentir, es algo vital para nosotros como personas desde mi perspectiva. El ser capaces de entender los sentimientos de los demás, sus emociones, sus intenciones y esencia, es algo tan poderoso que trasciende más allá de la barrera del lenguaje.

Es por esta razón que me interesa poder abordar la experiencia emocional que es capaz de ofrecernos un videojuego, siendo esta cada vez más común como temática en distintos títulos del área, es una forma sublime de representar nuestra parte humana y sensible a través de un medio que podría parecer indiferente. Con tanta gente recurriendo a los videojuegos como forma de desconectarse de la realidad por un momento, donde solo hay lugar para la diversión y el disfrute, el explorar la parte emotiva y hacer que la gente haga uso su sensibilidad para afrontar desafíos, más allá de solo tener derrotar enemigos o destruir cosas, me parece algo de gran interés y que podría ser muy beneficioso para nosotros como seres humanos.

Otro factor que me parece interesante, que he podido ver desde mi perspectiva de jugador, es que los grandes videojuegos que actualmente se anuncian logran generar mayor revuelo y excitación por parte de la gente por jugarlos y tienden a llamar la atención por medio de los avanzados gráficos que estos poseen, prometiendo novedosas y llamativas mecánicas nunca antes vistas, pero muchas veces este creciente *Hype*, como se le dice en el mundo de los jugadores, tienden a verse rápidamente confrontado con una realidad totalmente distinta de lo prometido y muchos jugadores terminan decepcionados, dando duras críticas a estos videojuegos.

También existen los que triunfan dentro del mismo grupo de los anteriormente mencionados, que, si bien son pocos, logran cumplir con las expectativas del público y son aclamados por la gente.

Aunque, por otro lado, también existen videojuegos que, sin necesidad de ostentar tales especificaciones técnicas, con un desarrollo más humilde podría decirse, logran generar un impacto, a veces incluso mayor, en cuanto a la experiencia de una persona.

Es esta razón la cual me hace pensar que el nivel de gráficos de un videojuego, entiéndase esto como el motor de desarrollo que permite generar un mundo más detallado y cercano a la realidad donde el mundo virtual tiene mayores terminaciones estéticas, no es directamente proporcional a la experiencia que un jugador pueda tener, sino que hay algo más importante para los jugadores al momento de disfrutar un juego.

Si bien el factor de gráficos en un videojuego puede ser determinante para definir cierta idea que tenga el desarrollador, no es algo definitorio o indispensable para llevar a cabo un buen videojuego.

Por esto, es que entiendo el videojuego como un medio para transmitir un mensaje, el cual puede estar potenciado y articulado en base a los elementos y las herramientas que el mundo virtual te ofrezca, siendo la experiencia del jugador la esencia misma que da valor al videojuego.

El control que el videojuego te entrega para llevar a cabo lo planteado por sus desarrolladores es una invitación a entrar a este nuevo mundo y ser quien haga funcionar este mundo virtual. Una invitación a escuchar, ver y sentir la experiencia que tiene preparada para el jugador.

Como diseñador me parece algo muy poderoso y que bien utilizado podría ser un medio capaz de causar gran impacto en las personas.

En un mundo donde el descontento está en todos y el estrés está siempre presente, los videojuegos, para un determinado grupo de la población, son una opción para escapar de esto. Y qué mejor, a mi parecer, de entregarles a estas personas una experiencia que los ayude a crecer como personas y sensibilizarse sobre temas que todos compartimos.

Utilizando los videojuegos como medio para transmitir cómo nos sentimos y establecer esa relación entre diseñador y jugador. Algo que ya se está haciendo, pero dándole un enfoque más estructurado y enfocado, entendiendo este fenómeno que ocurre cuando un videojuego nos hace llorar, reír o enojarnos.

Aprovechar todas estas emociones para generar un desarrollo en nosotros como personas, a nivel emocional, de sentir y hacer los videojuegos algo aún más humano y nuestro. Abordando esto con las herramientas que el diseño nos entrega para lograr un resultado más estructurado.

Actualmente muchos videojuegos recurren a elementos emocionales que nos sensibilizan y hacen empatizar con las historias y personajes que estos presentan, mi intención a través de esta investigación es entender el porqué de esto, ¿Por qué un videojuego me hace sentir emocional? Y darle una dirección que pueda ser positiva para nosotros como personas y jugadores.

A través de esta investigación planeo poder traer un poco de visibilidad emocional en los videojuegos y con esto poder ayudar, aunque sea un poco, a sensibilizarnos y quizás quien sabe, desarrollando a la par nuestra parte emotiva y así traer un poco de control y experiencia a nuestra salud mental como jugadores y como personas.

Jugar

1. **intr.** Hacer algo con alegría con el fin de entretenerse, divertirse o desarrollar determinadas capacidades.

RAE

2. Marco Teórico

Las emociones segun Robert Plutchik

Las emociones son factores determinantes al momento de entender cómo recibimos la información que nos entrega el mundo, nos hacen actuar de una forma u otra dependiendo del estímulo generado en ese momento por algún factor externo a nosotros.

Ya decía Plutchik en 2001 al empezar a presentar su investigación que el estudio de las emociones es uno de los más complejos, ya que se puede experimentar más de una al mismo tiempo, junto que es bastante personal por el hecho de que todos las vivenciamos de forma distinta, volviéndose una experiencia confusa.

Robert Plutchik cree que a través de disciplinas pertenecientes a la tradición evolutiva de Darwin, psicofisiológica de William James, neurológica de Walter Cannon y tradición psicodinámica de Sigmund Freud (Plutchik, 2001), por tanto su investigación se dió a partir de esos autores.

Con un especial interés en la teoría darwiniana sobre la evolución de las especies y utilizando las herramientas junto con métodos de la biología evolutiva, sumado a la recolección de información de otras especies, Plutchik vió una forma de abordar el estudio de emociones.

A partir de esto, según lo que plantea Darwin, Plutchik incluyó en su investigación que las emociones tienen un factor genético y evolutivo, por tanto, van pasando y evolucionando de generación en generación, además se dio cuenta de que las emociones juegan un papel importante en el comportamiento expresivo que utilizan ciertas especies para relacionarse, ligado a las emociones (2001).

Plutchik, define las emociones como una cadena compleja de eventos conectados los cuales comienzan con un estímulo, pero además incluyen sentimientos, cambios psicológicos e impulsos de acción hacia un determinado comportamiento (2001). En palabras simples, una emoción es capaz de causar un estímulo, pero también hay una parte cognitiva que es activada al mismo tiempo.

Considerando lo anterior, Plutchik reconoció que las emociones responden a distintos estímulos de nuestro entorno como método de supervivencia, un mecanismo de acción-reacción que permita al sujeto enfrentar un momento de desequilibrio para volver a la tranquilidad (2001).

Definiendo a partir de esto que la función de las emociones es devolver al individuo al equilibrio cuando ocurren eventos inesperados (Plutchik, 2001).

También, pudo ver que las experiencias cognitivas se relacionan con una reacción emocional, agregando que la cognición se desarrolló de modo que sirva a uno para anticiparse ante el futuro (Plutchik, 2001), reafirmando el papel que tienen las emociones para influir en cómo respondemos a los estímulos.

Por medio de su investigación enfocada en lo evolutivo, y diversos estudios zoológicos, Robert Plutchik reconoció distintas reacciones a estímulos emocionales, considerando distintos factores (Tabla 1).

Las emociones por tanto, considerando lo que dice Plutchik, funcionan como un mecanismo de supervivencia que permite evaluar el entorno y los estímulos externos en función de lo que sea beneficioso para uno mismo y nos permita regresar a un equilibrio de tranquilidad.

Evento estimulante	Cognición	Emoción	Comportamiento evidente	Efecto
Amenaza	Peligro	Miedo	Escapar	Seguridad
Obstáculo	Enemigo	Ira	Atacar	Destruir obstáculo
Ganar objeto valioso	Poseer	Alegría	Retener o repetir	Ganar recursos
Pérdida de objeto valioso	Abandono	Tristeza	Llorar	Apegarse a objeto perdido
Miembro de mi grupo	Amigo	Confianza	Cuidar	Apoyo mutuo
Objeto desagradable	Veneno	Disgusto	Vomitir	Expulsar veneno
Nuevo territorio	Examinar	Anticipación	Mapear	Adquirir conocimiento de nuevo territorio
Evento inesperado	Qué es?	Sorpresa	Parar	Ganar tiempo para orientarse

Tabla 1, Extraída de *The Nature of Emotions* del 2001 por Robert Plutchik, traducida

Robert Plutchik sugirió **8 emociones bipolares básicas**, en base a la teoría psicoevolucionaria, siendo alegría-tristeza, ira-miedo, confianza-disgusto, sorpresa-anticipación (Plutchik, 2001).

Se dió cuenta de que podía agrupar todas estas en base a sus similitudes y utilizando colores en un modelo, algo al parecer hecho anteriormente, según dice, por autores como William McDougal en 1921 y Harold Schlosberg en 1941.

El modelo que desarrolló, le dió una forma de cono extendido (Figura 1) donde distribuyó las diferentes emociones principales confrontación con sus opuestos y cómo éstas se van ramificando en distintos grados de saturación, representados por la saturación del color.

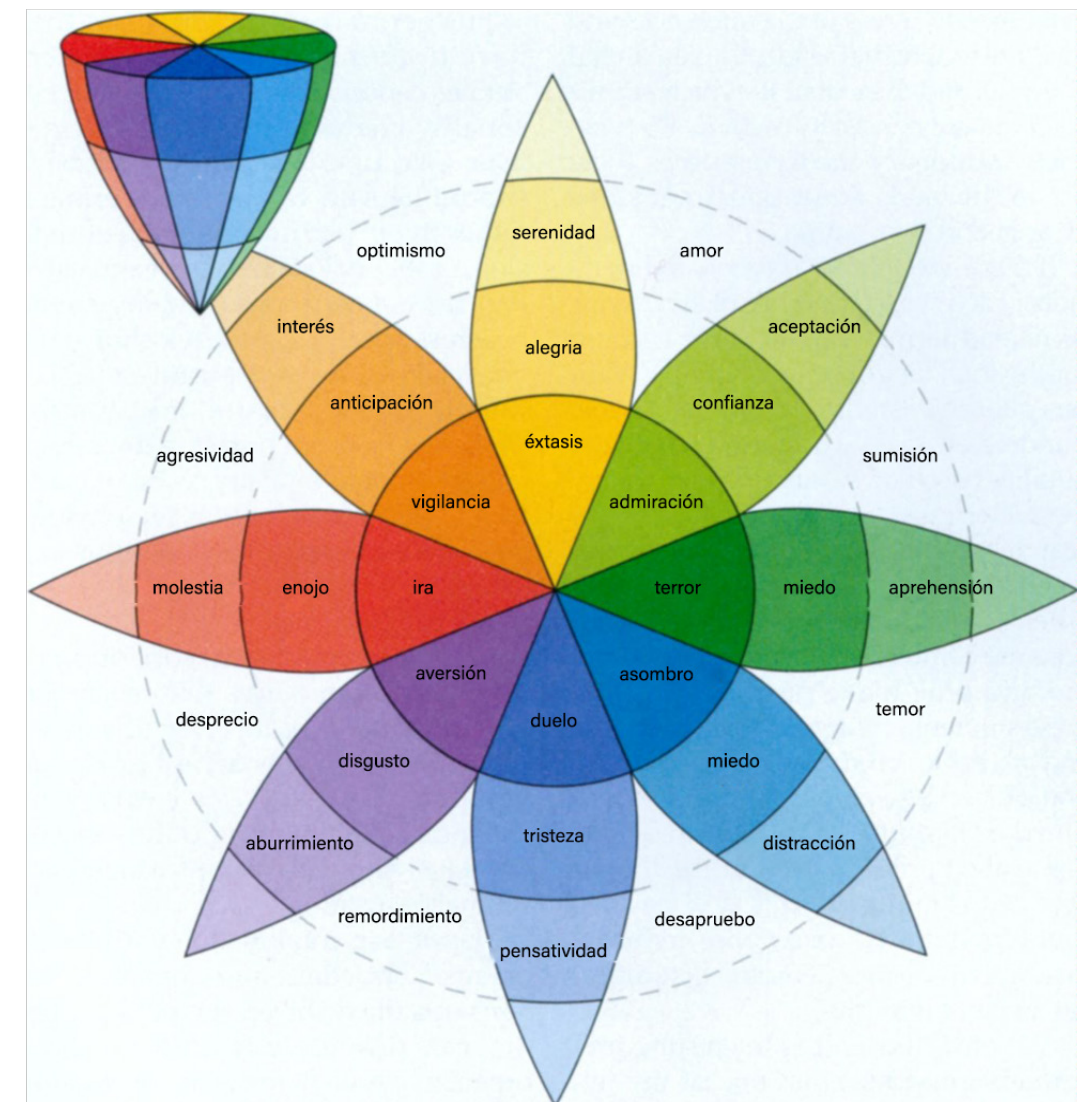


Figura 1, Extraída de *The Nature of Emotions* del 2001 por Robert Plutchik, traducida

Además emociones secundarias generadas, más complejas, las cuales están en-tremedio de las principales, y surgen a partir de la interacción entre dos emociones principales (Plutchik, 2001).

Robert Plutchik dice que a partir de este modelo cónico y su relación con los estímulos es posible reconocer rasgos de la personalidad y así entender algunos comportamientos, además, agrega que las emociones tiene un carácter adaptativo, por tanto, han de cambiar según sea el situación en que se estimulan (2001).

Pero entonces, ¿qué otros factores han de influir, a partir del entorno en que nos desarrollamos, en el cómo las emociones se desarrollan?

Además, entiendo que los estudios de Plutchik son principalmente científicos y con gran influencia en investigaciones ligadas al desarrollo evolutivo de especies animales, lo veo algo más instintivo y primitivo de cierta forma, pero me es útil como base para entender el carácter más básico y esencial de las emociones, con esto en consideración he de utilizar las 8 emociones que él plantea para mi investigación.

Para complementar lo planteado por la investigación de Robert Plutchik, y entender cómo se forma la percepción desde otra perspectiva no tan centrada en las emociones, recurro a la fenomenología de la percepción de Maurice Merleau-Ponty (1996), con el fin de entender cómo la percepción humana toma un rol importante sobre nuestra cognición y relación con el entorno, para empezar a reconocer la influencia de las emociones en esta.

La percepción según Maurice Merleau-Ponty

Para empezar a hablar de la percepción que tenemos sobre el mundo exterior, tomaré en consideración las ideas planteadas por **Maurice Merleau-Ponty**, a partir de un escrito de Fabio Botelho en 2008, quien analizó su fenomenología de la percepción, rescatando primero ciertas ideas que me parece interesantes para mi investigación.

“(...)toda conciencia, es conciencia de algo” (Merleau-Ponty, 1966; Botelho, 2008, p.70).

En otras palabras, todo lo que vemos alrededor nuestro, fue creado en base a cómo otra persona interpretó una idea, otra conciencia, y de este mismo modo, nosotros como personas somos influenciados a partir de otros, por tanto, nuestras conciencias están en constante cambio, marcado por nuestro entorno.

“Cada conciencia nace en el mundo y cada percepción es un nuevo nacimiento de la conciencia” (Merleau-Ponty, 1966; Botelho, 2008).

Maurice Merleau-Ponty, nos plantea que, existe un esquema corporal, donde es el ser al mundo, es decir, el ser reside en un cuerpo el cual se nutre de información de su entorno a través de la percepción, y a su vez va creando un mundo a partir de esto (Como se citó en Botelho, 2008).

Estamos frente a un constante choque de conciencias, el mundo vendría siendo un sinfín de pensamientos mezclados entre sí como una sola conciencia creadora, todo depende del punto de vista en que se le quiera mirar, entonces nuestra percepción se ve influenciada constantemente, ¿ha de afectar esto a las emociones igualmente?.

En relación con esto, todo se percibe como una figura sobre un fondo (Merleau-Ponty, 1966; Botelho, 2008).

La figura vendría siendo el punto de atención en nuestra percepción mientras que el fondo es todo lo que dejamos fuera, pero que de todas formas da valor a la figura.

A partir de esto se genera una síntesis corporal donde entendemos estos elementos como uno solo, volviéndose un conjunto de distintas percepciones entendidas como uno (Merleau-Ponty, 1966; Botelho, 2008).

De esta manera centramos nuestro enfoque, pero no por esto dejamos de percibir los demás elementos, pareciera haber factor sensorial que puede dar lugar a la sensibilidad como forma de percepción.

Pero, si es que todos creamos mundos a través de nuestra propia percepción, ¿Cómo es que podemos convivir como sociedad sin terminar en caos? Botelho citando a Merleau-Ponty explica que esto es posible gracias a los consensos sociales que creamos.

Por medio de un acto comunicativo entre dos o más personas ocurre una modulación sincrónica de nuestra propia existencia, lo cual ocurre cuando un interlocutor válida lo que el otro dice, haciendo la comunicación fluir.

Para que esto ocurra debe establecerse un mundo común, el cual Maurice Merleau-Ponty llama mundo cultural, donde lo dicho por los actos expresivos de los participantes llegan a una convención entre todos (Merleau-Ponty, 1966; Botelho, 2008).

Ninguna percepción es la verdad absoluta, cuando dos o más personas interactúan entre sí, se plantean ciertas verdades que aplican dentro o reglas, Podría decirse, las cuales establecerán las directrices de ese nuevo mundo colectivo. Para los participantes estas se entenderán como lo aceptable para esa realidad.

Los acuerdos que formamos con los demás moldean nuestra realidad de forma que estará dentro de un mismo contexto que los demás miembros de la sociedad.

Me parece importante tener en claro, que la forma en que entendemos el mundo, y cómo vamos formando lo que consideramos válido para nosotros, es creado a partir de nuestra percepción, la cual está en constante cambio a causa de medios externos.

El establecer consensos con otros también es algo muy interesante, ya que en la medida que todos estén de acuerdo es posible cambiar los límites de nuestra percepción, como puede ocurrir en el mundo virtual.

¿Cómo ha de reflejarse la presencia de las emociones en la percepción entonces? Robert Plutchik plantea las emociones como un mecanismo de supervivencia, que nos hace reaccionar de forma instintiva a los estímulos del medio, por lo tanto, nuestra percepción de las cosas tiene directa relación con nuestras emociones.

Para entender en que niveles cognitivos influyen las emociones a nuestra percepción de las cosas, y empezar a integrar la disciplina del diseño en la discusión, he de transitar por los conocimientos planteados por Donald A. Norman sobre el Diseño Emocional.

Diseño emocional de Donald A Norman

Si antes hablamos de las emociones como algo instintivo y propio del ser humano para enfrentar estímulos del entorno, y la percepción, para entender cómo interpretamos el entorno, en esta parte de la lectura abordaré cómo ambos elementos se relacionan entre sí y forman un sistema de juicios que nos permiten procesar la información a un nivel cognitivo y emocional.

Donald A Norman, al igual que Robert Plutchik habla de las emociones, pero va mucho más a fondo sobre la complejidad de estas, compartiendo que estas sirven como un sistema de juicios para responder de forma rápida al entorno, pero llenando más allá que solo eso.

“Las emociones tienen la naturaleza de juicios y preparan en consonancia al cuerpo”
(Norman, 2005, p. 28).

Entiende a las emociones como el primer contacto con que enfrentamos al entorno, influenciado a nivel neuroquímico nuestro cerebro para ofrecernos información rápida de lo que esta sucediendo (Norman, 2005).

Las emociones por tanto han de funcionar como percepción, dándole rápidamente un significado a algún estímulo.

A partir de esta la información que las emociones van proporcionando se forma el sistema llamado afectivo (afecto), este nos ayuda a tomar decisiones rápidas reconociendo lo bueno y lo malo para uno (Norman, 2005).

El sistema afectivo corresponde entonces a juicios realizados a nivel emocional que contrasta con el sistema cognitivo, el cual interpreta y da sentido al mundo (Norman, 2005).

El afecto comprende todas las emociones y cómo interactúan entre sí, provocando que este pueda ser tanto negativo como positivo, dependiendo del juicio que se lleve a cabo. Es de cierto modo el estado emocional en que derivan las emociones.

Un afecto negativo hace que los neurotransmisores del cerebro se concentren en el proceso que efectúa el cerebro, esto provoca que la atención se centre, y haya una mayor concentración, por tanto, prestamos mayor atención a los detalles. El cerebro se focaliza en los problemas y busca cómo resolverlos (Norman, 2005).

Por otro lado, un afecto positivo causa que los neurotransmisores amplíen el procesamiento del cerebro, generando que se despierte la curiosidad y la creatividad, quedamos predispuestos a recibir en distintos conjuntos de información, más que detalles a diferencia del afecto negativo, y quedamos más predispuestos al aprendizaje (Norman, 2005).

“La cognición interpreta el mundo, lo cual conduce a una comprensión y conocimiento cada vez mayores. El afecto, que abarca la emoción, es un sistema de evaluación de lo que es bueno o malo, seguro o peligroso. Hace juicios de valor para sobrevivir mejor” (Norman, 2005, p. 36).

También habla de un afecto neutro, el cual ha de estar en un punto medio entre el positivo y negativo. El tipo de afecto que aplique en un momento determinado ha de definirse en base a la clase de estímulos a los que se vea expuesta una persona (Donald A Norman, 2005).

Estos estímulos han de relacionarse a emociones específicas como se pudo entender con Robert Plutchik, pero han de tener otras complejidades.

Norman a través de estudios científicos más recientes en comparación a Plutchik dice haber comprobado que los animales más desarrollados poseen mayor emocionalidad que los primitivos, siendo los seres humanos los más complejos de todos (Norman, 2005).

Donald Norman a partir de estudios junto sus colegas, descubrió que la complejidad humana que nos hacen diferentes a los animales, se debe a cómo nuestro cerebro esta conformado, reconociendo 3 niveles a nivel cognitivo y emocional, los cuales funcionan en distintos grados e interactúan unos con otros.

Estos son; **visceral, conductual y reflexivo** (2005).

El **nivel visceral** es el de más abajo, y es el más sencillo y primitivo. Acá se pueden encontrar distintas actitudes, rasgos y condiciones las cuales vienen determinadas genéticamente a través de la evolución constante (Norman, 2005).

Es en este nivel donde podría ubicarse lo planteado por Robert Plutchik sobre las emociones, el carácter instintivo que se base en las predisposiciones genéticas, dado principalmente por los sentidos y nuestra primera respuesta ante los estímulos del entorno.

Este nivel se considera preconscious, ya que no hay mayor procesamiento de la información, sino que sólo un primer encuentro con esta.

El **nivel conductual** está ubicado en el centro, y corresponde al uso y experiencia que tenemos con algo, abarca la función, el rendimiento y la usabilidad. Es sobre sentirse en control de algo en base a cuatro componentes del diseño planteados por el mismo Donald Norman en su libro previo a este (*The Design of Everyday Things*, 1988), los cuales son;

- **Función:** Lo que hace el producto, el para qué sirve, debe lograr que satisfaga un necesidad del usuario.
- **Compresibilidad:** El comprender como un usuario utiliza el producto.
- **Usabilidad:** El cómo se usa el producto por parte del usuario, tiene relación en que tan cómodo se siente el usuario al usar el producto.
- **Sensación física:** Es la tangibilidad que tiene un producto, sensaciones que pueden percibirse a través de los sentidos, que normalmente habitan en el mundo físico pero puede ser rescatados por lo virtual de distintas formas.

(Norman, 2005)

“Un buen diseño conductual debe estar centrado en el ser humano, focalizarse en la comprensión y la satisfacción de las necesidades que tienen quienes utilizan de hecho el producto”

(Norman, 2005, p. 102).

Tanto el nivel visceral, al ser primitivo y basado en los instintos, como el conductual, que tiene relación con las acciones repetitivas y rutinarias (Norman, 2005), funcionan a nivel subconsciente.

El **nivel reflexivo** es el que está arriba de los otros dos, y es el más complejo, ya que aquí sí entra la conciencia. No tienen input directo con el control del comportamiento pero es el causante de la variabilidad en los otros niveles, y en cómo interpretamos la información, puede influenciar sobre cómo entendemos las cosas.

Acá entran todos los factores externos que irán formando nuestra personalidad y la creación de nuestra identidad o autoimagen, junto con los recuerdos y satisfacción personal. Se busca el significado de las cosas y la reflexión. (Norman, 2005)

Podemos visceralmente sentirnos de una forma sobre algo, pero a través del nivel reflexivo es posible llegar a pensar diferente sobre esta información. El nivel conductual de igual modo es capaz de afectar al nivel visceral, pero es el nivel reflexivo el cual puede afectar sustancialmente a los otros dos niveles (Norman, 2005).

Este nivel complejiza el cómo entendemos algo, ya que es capaz de influir en los niveles inferiores y dar un sentido distinto al modo en que estos interpretan la información.

La parte reflexiva de cada persona nos dota de identidad propia, lo cual nos diferencia unos de otros.

A esta altura ya es posible entender cómo las emociones toman relevancia al momento de relacionarnos con el entorno y además sobre cómo podemos llegar a interpretar la información, juegan un papel muy importante en la toma de decisiones y cómo se dispone nuestra predisposición al entorno.

Son un primer punto de contacto con el mundo y todos recurrimos a ellas para decidir qué es bueno y malo, por tanto influyen nuestras decisiones y al mismo tiempo, la percepción.

Además, reconociendo los distintos niveles de procesamiento cognitivo (visceral, conductual y reflexivo) es posible reconocer qué factores del entorno determinarán cómo nos sentimos.

Con estos conocimientos en consideración, mi siguiente paso es poder entender cómo lograr conformar una experiencia óptima, para eso la teoría de flujo de Mihaly Csikszentmihalyi.

Me aventuro a empezar por el ideal que propone Csikszentmihalyi para empezar enfocar mi búsqueda hacia ese fin, para una vez conociendo sus lineamientos empezar a ubicar las emociones dentro de esta.

Flow de Mihaly Csikszentmihalyi

Mihaly Csikszentmihalyi dice que, para poder llegar a tener una experiencia óptima, debemos ser capaces de tener control sobre nuestra conciencia, y además de tener claro nuestras habilidades y el nivel de desafío que tiene la actividad a la cual nos enfrentamos.

El concepto de *Flow*, acuñado por Mihalyi, consiste en un estado en el cual la persona está completamente inmersa en algo, todo lo que es ajeno a lo que se está haciendo deja de existir y el tiempo transcurre de forma diferente en la cabeza de la persona (Csikszentmihalyi, 1996).

Para llegar al estado de *Flow*, dice Mihalyi Csikszentmihalyi, es necesario tener un control sobre nuestra conciencia, algo que no es fácil y ha de variar en su dificultad dependiendo de la actividad que vayamos a realizar, tratándose de algo que nos guste como algo que no, en ambos casos, puede ser posible llegar al *Flow*.

El principal obstáculo para alcanzar el control de la conciencia es el hecho de que el entorno en que vivimos es incierto. La vida misma y las adversidades que se nos presentan pueden generar cierto caos que impide el poder estar siempre felices, este descontrol de la conciencia lo llama *entropía psíquica*.

Por tanto, Mihalyi Csikszentmihalyi dice que logrando el control de nuestra conciencia podemos evitar caer en el caos, y lograr bienestar en nuestras vidas, siendo el *Flow* o Flujo, un estado que nos ayudará a lograr esto.

Para tener un control sobre nuestra conciencia plantea que es necesario considerar distintos elementos.

- **Intenciones:** Mihalyi Csikszentmihalyi, define el concepto de intenciones como la fuerza que mantiene ordenada la información que se halla en la conciencia, las cuales surgen cuando damos cuenta de que deseamos algo o queremos conseguir algo (Csikszentmihalyi, 1996).

Este ordenamiento dado por las intenciones nos permite acceder a la información de forma más rápida y no tener dudas al momento de entender nuestros deseos, ya que al estar todo en orden no es necesario realizar procesos mentales los cuales nos podrían hacer caer en la entropía.

Las intenciones explican lo que hace las cosas suceder.

- **Atención:** Tiene que ver con el enfoque que le damos a la información para determinada acción. Lo que descartamos y lo que no, lo que priorizamos en nuestra conciencia para poder llevar a cabo algo.

El reconocer que nos será necesario para lograr cumplir con nuestro objetivo es algo que hace la atención, dejando fuera toda información que no sea útil, nos permite enfocarnos con lo necesario para llevar a cabo nuestras acciones de la mejor manera.

“Puesto que la atención determina lo aparecerá o no en la conciencia, y puesto que también es necesaria para que sucedan otros actos mentales -como el recuerdo, el pensamiento, el sentimiento y la toma de decisiones-, es útil pensar en ella como energía psíquica” (Csikszentmihalyi, 1996, p. 60).

- **Personalidad:** Corresponderá a donde se almacena el Yo, y estará toda la información de la conciencia, tanto recuerdos como acciones, deseos, placeres y dolores (Csikszentmihalyi, 1996).

“(…) la personalidad es el elemento más importante de la conciencia en muchos aspectos, puesto que representa simbólicamente todos los demás contenidos de la conciencia y también el esquema de sus interrelaciones” (Csikszentmihalyi, 1996, p. 61).

A partir de la personalidad tomamos nuestras decisiones, decidiendo que es bueno y malo para nosotros, y se irá además formando a partir de la atención. Entonces, en relación con Donald Norman, podríamos decir que las emociones se encuentran en la personalidad, ya que es a partir de estas que tomamos las decisiones y hacemos juicios.

Por tanto la dirección que la atención de nuestra acción nutrirá nuestra personalidad, dándole cierta tendencia e identidad. Del mismo modo, y a partir de esto, la personalidad tendrá inclinaciones y tendencias que dirigirán nuestra atención. Es por esto que Mihaly habla de cierta circularidad entre estos elementos.

Entropía Psíquica: Corresponde al desorden psíquico, lo cual ocurre en ocasiones en que alguna nueva información entra en conflicto con las intenciones previamente existentes, o también, cuando esta nos lleva al caos y nos dificulta o impide llevar a cabo nuestros procesos mentales normalmente (Csikszentmihalyi, 1996).

A partir del juicio de la personalidad se definirá qué nos puede llevar a la entropía y que no, entendido de otra forma, por tanto si la personalidad es la encargada de hacer los juicios, y aquí se alberga todo lo que está en la conciencia, las emociones y por tanto el juicio emocional nos direcciona hacia lo que es bueno para nosotros o malo según su criterio.

Flujo

El Flow o Flujo, también definido como experiencia óptima, es un estado en que la entropía psíquica no tiene lugar, solamente hay lugar para el disfrute y el control sobre nuestra conciencia, lo que nos permite estar en una completa inmersión cuando realizamos una actividad.

“El disfrute aparece en el linde entre el aburrimiento y la inquietud, cuando los desafíos están justo en equilibrio con la capacidad de la persona para actuar” (Csikszentmihalyi, 1996, p. 88).

Por tanto, el Flujo es un estado de balance, donde nuestras habilidades están a la altura del desafío al cual enfrentamos.

Durante el estado de flujo nos sentimos en control de la situación, ya que nuestras habilidades nos permiten ser capaces de enfrentar el desafío que se nos presenta.

Para poder mantener este estado de forma constante es necesario estar conforme en el momento con lo que se está haciendo.

Mihaly Csikszentmihalyi menciona que en esos momentos los cuales la persona se detiene a pensar sobre sí mismo durante el flujo, recibe una retroalimentación positiva, la cual fortalece la personalidad y la atención es más libre para enfocarse en el exterior y el interior (Csikszentmihalyi, 1996).

De esta forma se da continuidad al estado de flujo, entrando en un estado de inmersión.

En 2004, para una charla TED, Mihaly presentó un gráfico del flujo a partir de los dos ejes que delimitan la experiencia de flujo. Un eje X correspondiente a las habilidades de la persona y un eje Y correspondiente al nivel de desafío de una actividad u acción el cual se puede ver en la Figura 2 (Csikszentmihalyi, 2004).



Figura 2, Gráfico de Flujo (Csikszentmihalyi, TED, 2004)

El flujo se ubica en un punto fijo donde tanto desafío como habilidad están en equilibrio.

Si es que el desafío fuera a ser muy alto y la habilidad muy baja podría causar ansiedad en una persona, llevándolo a la frustración.

Por otro lado si es que la habilidad necesaria para llevar a cabo cierta actividad fuera muy alta y el desafío bajo podría terminar con una persona aburrída por la facilidad de la tarea.

Una vez que la experiencia de flujo termina, la organización de la personalidad de la persona es más compleja, provocando a su vez que la persona se desarrolle aún más (Csikszentmihalyi, 1996).

Lo que se logra en el estado de flujo va más allá del placer, ya que este requiere energía psíquica para obtenerse, es algo superficial e instintivo. Es el disfrute lo que nos hace sentirnos bien durante la experiencia, algo más complejo, ya que tiene relación con lograr algo más allá de nuestras metas, algo inesperado que nos trae realización y requiere de utilizar nuestra energía psíquica para lograrlo.

Mihaly Csikszentmihalyi establece 8 componentes importantes para la fenomenología del disfrute, los cuales en su conjunto son los factores que nos llevarán a una experiencia de disfrute (1996).

1. La experiencia suele ocurrir cuando nos enfrentamos a tareas que tenemos al menos una oportunidad de lograr.
2. Debemos ser capaces de concentrarnos en lo que hacemos.
3. Normalmente la concentración es posible porque la tarea emprendida tiene las metas claras.
4. La tarea emprendida nos ofrece una retroalimentación inmediata.
5. Uno actúa sin esfuerzo, con una profunda involucración que aleja de la conciencia las preocupaciones y frustraciones de la vida cotidiana.
6. Las experiencias agradables permiten a las personas ejercer un sentimiento de control sobre sus acciones.

7. Desaparece la preocupación por la personalidad, aunque, paradójicamente, el sentimiento acerca de la propia personalidad surge más fuerte después de la experiencia de flujo.
8. El sentido de la duración del tiempo se altera; las horas pasan en minutos y los minutos pueden prolongarse hasta parecer horas.

(Csikszentmihalyi, 1996, p. 82-83)

Para lograr esta experiencia óptima de flujo, es necesario que pongamos todo de nosotros en algo, ponernos a prueba a nosotros mismo y sentir control sobre la situación. Nos hace volcarnos en una actividad y poner toda nuestra atención en la tarea.

“El flujo es importante tanto porque consigue que el instante presente sea más agradable como porque construye en uno mismo que nos permite desarrollar habilidades y realizar importantes contribuciones al género humano”
(Csikszentmihalyi, 1996, p. 73).

Es en el flujo donde se ve enfrentado todo lo anteriormente mencionado, donde entran nuestras emociones, nuestra percepción y la forma en que los distintos niveles de información visceral, conductual y reflexivo, funcionando en armonía, enfrentan a la experiencia poniéndose a prueba para entrar en el flujo, esta es la experiencia óptima que nos dirige al disfrute cuando hacemos algo.

Por este motivo me parece importante estudiarlo y entender los componentes necesarios de su estructura conceptual para poder orientar toda experiencia hacia su misma finalidad.

El flujo es el fenómeno donde se estructura todo de modo que podamos sentir disfrute en esto a partir de nuestra emocionalidad.

Alineando y conociendo los elementos de esta experiencia óptima, es a mi parecer, posible empezar a sentar bases para estructurar una experiencia emocional enfocada en el disfrute y crecimiento personal.

3. Problema de investigación

Problema de investigación

En la actualidad, la cantidad de videojuegos distintos en el mercado es enorme, pudiendo encontrar en plataformas como *Steam* variadas categorías referentes a ellos.

Donald A Norman menciona que en sus inicios los videojuegos eran mayormente elementales, limitándose a poner al jugador en una situación donde debía poner a prueba sus reflejos (su parte más instintiva) para poder superar un objetivo sencillo (Norman, 2005)

Existen, además, videojuegos los cuales tienen cargas emocionales bastante poderosas y complejas, a partir de los cuales muchos fans dan su opinión, en plataformas como Youtube al ver otros gamers jugarlos, sobre como estos los han marcado.

Donald A Norman dijo que los formatos fijos, que presentan una historia y dirigen al usuario, tales como lo son los videojuegos, son capaces de manipular deliberadamente sus pensamientos y emociones (Norman, 2005).

Lo cual me da un sustento sobre mi búsqueda por lograr condicionar experiencias emocionales en los videojuegos, es algo que parece ser posible.

Pero también agrega que, los aprendizajes que un usuario ha de captar dependerán de cómo estén estructurados los acontecimientos, y de su capacidad de superarlos (Norman, 2005).

Con esto Norman da un indicio a la importancia del flujo que plantea Mihaly Csikszentmihaly, donde la habilidad y el desafío como ejes de una experiencia óptima deben estar en equilibrio.

Además la estructuración de estos elementos han de ser precisos para poder lograr que la estimulación cognitiva y emocional de un jugador sea efectiva, lo que hace clave la necesidad del diseño de experiencia de usuario.

Sumado a esto Donald A Norman dijo que jugar es buen ejercicio para múltiples habilidades que podríamos necesitar en la vida real (Norman, 2005).

Además hace referencia a los videojuegos, en 2005 con *El Diseño Emocional, por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos*, diciendo que estos se están volviendo cada vez más complejos, requiriendo más exigencias reflexivas y cognitivas por parte de los jugadores, llegando a ser simulaciones muy similares a la realidad. También reafirma que, a diferencia de los filmes o medios audiovisuales, en el videojuego el usuario es un espectador activo con control sobre lo que sucede en este, intensificando el estado de flujo gracias a la sensación de participación que esto le da al jugador (Norman, 2005).

Donald Norman ya tenía una idea del potencial de los videojuegos para influir en los jugadores, incentivando su parte cognitiva y emocional, pero reconocía que habían que cumplir cierto requerimientos para que esto fuera posible lograr a partir de un videojuego, no era algo imposible.

¿Cuáles son, entonces, los elementos presentes en un videojuego, que entran en contacto con el jugador a partir de su experiencia para estimular la parte cognitiva y emocional de un jugador?

Mi intención con esta investigación es reconocer esos elementos, identificándolos directamente desde la experiencia del jugador y vinculándolos con los elementos de emoción, flujo y diseño emocional, para luego construir mi proyecto.

Como idea inicial, y como fue presentado en el marco teórico, las emociones son algo que juega un papel importante en la percepción.

El flujo es otro elemento esencial, y tal como se pudo ver Norman pensaba de forma similar, viéndolo intensificado en un videojuego gracias a la sensación de control que estos ya entregan.

Análisis de documento conceptual de un videojuego

Primero, para comprender en términos generales la estructura de un videojuego, ya que mi intención no es enfocarme en la creación de uno si no que en cómo los usuarios interactúan con este a nivel emocional, voy a dejar expuesto un documento conceptual del videojuego *What Remains of Edith Finch (Anexo 1)*¹, el cual encuentro en la página web del estudio de desarrollo del mismo juego, *Giant Sparrow*.

Este documento plantea la propuesta inicial que se consideró como idea inicial del videojuego y sus elementos, por tanto algunos de estos cambiaron en las fases más finales del desarrollo, siendo uno de estos cambios el nombre final del mismo videojuego.

El archivo está agregado en los anexos (Anexo 1)² y es de acceso abierto a cualquier persona por parte del mismo estudio desarrollador del videojuego, *Giant Sparrow*.

Si bien yo he jugado este videojuego, he de analizar este archivo con una postura neutra y en base a los datos que he obtenido del marco teórico.

Lo primero que se menciona en este documento es la historia del videojuego, presentando un contexto y una breve sinopsis.

Se presenta y describe a la protagonista, Edith Finch y menciona además en que consiste el videojuego, donde es planteado “(...) como una colección de historias sobre una familia maldita” (Anexo 1)³. Este es desafío creativo a abordar, el cual debe darse a entender a través del diseño del videojuego.

En el documento se sigue relatando el modo de hacer efectivo esto, a través del desarrollo de distintas historias de cada uno de las personas de la familia Finch, las cuales quedarán evidenciadas por Edith. Cada una de estas historias tiene sus propias particularidades y escenarios, por tanto queda expuesto en el documento la intención de provocar un conjunto de sensaciones para ambientarlas.

Para lograr esto plantean una especie de moodboard, en el cual desarrollan conceptos que les gustaría integrar llegar al efecto deseado con cada historia y el videojuego.

En cuanto a la identidad de las historias plantean distintos desarrolladores, para que se note la diferencia entre estas.

1 <https://web.archive.org/web/20220921194054/https://www.giantsparrow.com/blog/news/wp-content/uploads/2018/04/Finch-Original-Concept-Doc.pdf>

Recuperado el 9 de Julio de 2023 a las 2:56 pm, Traducción propia.

2 Ibídem

3 Ibídem

Plantean que su intención con el juego es que este sea sobre el horror que puede dar la naturaleza. Por esto toman en consideración elementos para definir un tono que debe tener el videojuego.

“Queremos dar a los jugadores la sensación de lo que es caminar por el bosque durante la noche, de estar fuera de su elemento y ser presa de fuerzas desconocidas y mayores que uno mismo.”

(Anexo 1)⁴

Por tanto para lograr esto por medio del tono plantean enfocarse 3 sensaciones clave.

1. Lo sublime como característica de la naturaleza, al ser inmensa y bella, pero además enorme y poderosa, logrando un estado emocional de asombro constante. Haciendo referencia a la parte más visceral, donde las sensaciones están presentes al primer contacto con el entorno.
2. Lo íntimo, haciendo al jugador sentirse familiarizado con los elementos del juego, en este caso se menciona en el documento que se quiere apuntar al público norteamericano. Para esto recurriendo a reconocer elementos propios de la cultura del público objetivo y así apuntando a su nivel reflexivo.
3. Una sensación de oscuridad y turbiedad, para que el jugador sin saber lo que está fuera en el entorno este expectante con el fin adentrarse en esta oscuridad para encontrar respuestas. En relación a lo expuesto por Donald A Norman, se puede entender cómo un estado de afecto negativo, donde la persona está tensa y algo estresada pero de forma controlada permitiéndole concentrarse en los detalles para resolver problemas.

Posterior a esto definen que quieren que se entienda a partir de la naturaleza, donde mencionan

“Nuestro juego trata sobre la incomodidad de estar solo en un universo vasto e incomprensible.”

(Anexo 1)⁵

Discuten distintos conceptos que quieren tratar para luego terminar definiendo que la presencia de la naturaleza decantará en la relación de los seres humanos para tratar con lo infinito.

4 Ibídem

5 Ibídem

El documento sigue definiendo un contexto donde se desarrollará el videojuego. Ya que se están basando en una historia real, que ellos conocen, deciden ubicarlo en la misma zona geográfica donde ocurrieron los hechos y habitó la familia Finch, de esta forma el relato se sentirá más real.

“Debo señalar que “real” no significa iluminación fotorealista o animaciones capturadas por movimiento. Con “real” nos referimos a algo específico y familiar.”

(Anexo 1)⁶

Nuevamente, no buscan hacer algo explícito, si no que sensorial.

Luego plantean el gameplay que tendrá el videojuego, el cual estará diseñado en contraste con los elementos anteriormente mencionados, esta es la parte conductual del diseño, y como la plantean aquí buscan desarrollarla de modo que potencie la identidad del videojuego y estén armonía con el nivel visceral.

Una de las decisiones consideradas a nivel conductual es el uso de linternas, ya que el videojuego va a estar constantemente definido por la oscuridad ha de ser necesario darle esta herramienta al jugador para superar este obstáculo y adentrarse a descubrir.

Acá se puede ver cómo el videojuego le da control al jugador, para poder avanzar a través de las dificultades que se le presentan, por mucho que el miedo sea una emoción que está constante como parte de la identidad de los elementos del videojuego, el jugador es capaz de continuar a través de ella, ya que el nivel reflexivo le dice que es seguro, ya que al estar en videojuego no hay peligro directo hacia su persona, y además le están entregando herramientas para avanzar.

Hay muchas formas en que los niveles de diseño emocional interactúan en este caso pero no entraré en mayor detalles, ya que esto ha de variar según cada persona, requiriendo un levantamiento de información sobre los estímulos que plantea el videojuego, los cuales estoy seguro los desarrolladores hicieron en este caso.

A continuación, plantean otro moodboard de referencias a partir de libros, shows de tv, juegos y películas.

Seguido por una serie de desafíos claves para lograr la intención inicial que tenían con el videojuego, *una colección de historias sobre una familia maldita* marcada por la sensación de *horror en la naturaleza* (Anexo 1)⁷.

6 Ibídem

7 Ibídem

Desafíos claves de diseño

- Estructura de las historias cortas
- Que sea aterrador
- Mantener al jugador orientado
- Ritmo del juego

Desafíos claves de tecnología

- Iluminación
- Ambientación bajo el agua
- Generación del procedimiento
- Cámara en tercera persona y control

Desafíos claves de arte

- Bello + tenebroso
- Estilo artístico independiente de la tecnología
- Variedad de localizaciones y áreas.
- Animaciones fluidas.

(Anexo 1)⁸

Hasta ahora, y con lo recién expuesto, es posible ver cómo ya en la fase conceptual inicial se tienen claro que para transmitir una historia que cautive al jugador es necesario proponer elementos capaces de causar sensaciones emocionales. Interesantemente en los desafíos clave plantean los distintos niveles de diseño emocional, siendo los desafíos de diseño relacionados con la parte reflexiva y de estructura de experiencia, los desafíos tecnológicos ligados a la interacción del jugador con el videojuego, siendo la parte conductual y de funcionamiento, y por último los desafíos de arte que están mayormente ligados a lo visceral.

Por último, definen a que tipo de público va dirigido su juego. *Este es un juego para personas en busca de experiencias extrañas y hermosas* (Anexo 1)⁹.

Pero, ¿cómo son las experiencias extrañas y hermosas? ¿qué es hermoso para nuestro público? El diseño de experiencia de usuario permite interactuar con este para obtener información, y así diseñar en torno a sus necesidades y percepción. El conocer además que las emociones reaccionan en función de estímulos específicos que me permite entender fácilmente qué es necesario para lograr los estados emocionales que buscan causar los desarrolladores de *What Remains Of Edith Finch*, reconocer qué estímulos necesita el público objetivo.

Además, el saber sobre cómo el cerebro procesa la información por medio de los niveles visceral, conductual y reflexivo me sirve para saber dónde ubicar todos estos elementos en la experiencia.

8 Ibídem

9 Ibídem

Estructura de un videojuego

Para dejar planteados en términos generales los elementos necesarios que integran un videojuego se utiliza algo llamado GDD (*Game Document Design*) el cual consiste en una carpeta maestra que alberga otras enfocadas a cada uno de los elementos del videojuego y sus interacciones.

El GDD de cada videojuego ha de ser distintos, no hay una estructura final igual para todos, pero si hay algunos elementos básicos que tienden a estar siempre presentes. A modo de ejemplo utilizaré un archivo de GDD propuesto por Michael Sellers, quien presenta una estructura con algunos elementos que este archivo puede contener (Anexo 2)¹.

Sellers, dice que en este documento está planteada la visión global del videojuego, cubre las cualidades de la experiencia del usuario y cómo el videojuego responde a estas.

Está en constante cambio y sirve además, para reconocer los *stakeholders*² necesarios en el desarrollo del videojuego.

Como finalidad específica, nos sirve para reconocer los distintos objetivos que tenemos con el videojuego.

Mi intención no es ahondar mucho en este tema, ya que mi foco es la experiencia de usuario la cual es parte de la estructura del GDD, lo que sí quiero rescatar de este documento algunos elementos propios de un videojuego, los cuales están en contacto directo con el jugador, haciendo de estímulos para este.

Así conociendo estos, reconocer cómo los niveles visceral, conductual y reflexivo se traducen en ellos.

Algunos de los elementos base que plantea Michael Sellers son:

- **Título**
- **Estado del juego**
- **Concepto del juego**
- **Género**
- **Audencia Objetivo**
- **Concepto de párrafo y puntos de venta únicos**
- **Experiencia de usuario**
- **Momentos clave**
- **Arte, sonidos y música**

1 https://drive.google.com/file/d/17-51Uwxqle3DZVleir6OhDIWA_aerw5g/view
Recuperado el 9 de Julio a las 5:15 pm, Traducción propia.

2 Entiéndase cómo las partes interesadas en las acciones que hagamos en una empresa u organización.

- **Plataforma objetivo y requisitos de funcionamiento**
- **Competencia**
- **Monetización**

(Anexo 2)³

Para mi investigación, con la intención de abordar una estructura más acotada y a mi parecer general, en base a lo que he reconocido como jugador, consideraré solo los siguientes.

- **Objetivos del jugador y progresión, relacionado con las metas planteadas y el desarrollo de la narrativa.**
- **Mundo del juego, pertinente al contexto, interacción entre elementos, ambientación, etc.**
- **Interfaz de usuario, como forma en que el jugador establece control sobre el mundo virtual e interactúa con este.**
- **Objetos del juego, comprendiendo monstruos, NPC (*Non playable characters* o personajes no jugables) incluyendo sus narrativas e interacciones.**
- **Arte, sonidos y música.**
- **MVP Sistemas y características, lo cual incluye la jugabilidad del usuario.**

Simplificado quedaría de esta forma:

- **Objetivos y metas**
- **Ambientación y mundo virtual, o diseño de escenarios y niveles.**
- **Interfaz de usuario**
- **Mecánicas de juego o jugabilidad.**
- **Identidad visual**
- **Música y sonidos.**
- **Personajes y desarrollo.**

Esto es mucho más complejo desarrollado a fondo, pero como he mencionado anteriormente, mi intención es solo reconocer interacciones del usuario con el videojuego.

A partir de esto, a continuación presento un análisis a partir de mi experiencia como jugador, reconociendo cómo alguno de estos elementos logran causar estimulación emocional efectiva en un videojuego, llamado GRIS, con el cual estoy más familiarizado y es reconocido en la comunidad de jugadores por su potente mensaje y carga emocional.

3 *Ibíd*

GRIS



Imagen 1, GRIS (2018) por Nomada Studio, foto extraída de Steam

Características técnicas

Es un videojuego independiente de tipo plataforma (juego de tipo 2D en el cual se recorre por los escenarios de un punto a otro, donde las principales acciones se dan por correr y saltar para superar los obstáculos).

Tiene un desarrollo lineal, es decir tiene una historia fija sin mayores desvíos.

Cuenta con un sistema de coleccionables para desbloquear contenido adicional a la historia.

Utiliza principalmente elementos gráficos y conceptuales para entregar su mensaje, que se ven representados en el diseño de niveles y escenarios, además de ciertas mecánicas de juego.

Historia

En términos narrativos GRIS es silencioso, no hay una voz activa que nos narre su historia, ni bloques de textos que expliquen los sucesos del relato, sino que es el diseño de escenarios, con su estética y en complemento con la música, quienes serán los protagonistas al momento de contarnos el relato del videojuego.

GRIS consiste en una representación conceptual, a través de los diferentes elementos del videojuego para representar las 5 fases del duelo; negación, ira, negociación, depresión y aceptación.

Nuestra protagonista vendrá a ser una chica, joven, llamada Gris, quien deberá enfrentar todas estas etapas con un reducido número de herramientas.

Gris debe recolectar estrellas, con las cuales podrá ir avanzando a través de los niveles, haciendo uso de estas para distintas funciones.



Imagen 2, Referencial del primer nivel del videojuego, Negación, foto extraída de gameplay propio

Negación (Gris): El juego comienza con Gris despertando en la mano de una estatua que corresponde a una mujer, la cual está a punto de caerse a pedazos. Gris intenta cantar, pero su voz se empieza a apagar, tiembla, la estatua empieza a ceder, Gris trata de aferrarse a ella, pero se desmorona y nuestra protagonista empieza a caer sin parar, mientras el mundo en que ella está empieza a perder su color hasta no quedar más que escalas grises. Solo hay silencio, un ambiente sin color ni música, solo queda avanzar.

Triste y sola, se ve un desierto sin colores, y empieza a avanzar hacia adelante, a través de ruinas en la arena, hasta encontrarse con la mano destrozada enterrada en la arena, lo que fue alguna vez la estatua, se recoge en el aire con una postura desconsolada y empieza a aparecer el color rojo en su mundo, dando inicio al siguiente nivel.



Imagén 3, Referencial del segundo nivel del videojuego, Ira
foto extraída de gameplay propio

Ira (Rojo): Nuestro mundo se ve teñido por una paleta de colores rojos, estamos en este desierto donde no hay nada más que ruinas.

La música de fondo en este nivel es tranquila, sin muchos instrumentos ni alto volumen, presenta melodías rápidas con cierta intermitencia, cuyo sonido se proyecta en cada corte de estas, luego se agrega una melodía algo más constante, cómo de descubrimiento y búsqueda, manteniendo las melodías anteriormente mencionadas. Pero en determinados momentos, se generan fuertes corrientes de viento negro que nos quieren hacer retroceder, la música se vuelve caótica y su volumen sube, dando una sensación de caos.

Para enfrentar esto, y poder superar este obstáculo, Gris aprende una habilidad para convertir su vestido en un cubo, pesado, que la mantiene en la tierra, inamovible para el viento, pero aun así capaz de avanzar por sí misma caminando. Gris supera así la ira y empieza a subir cada vez más alto, saltando a por lo pedazos de la estatua destruida, hasta encontrar esta vez ambas manos de esta, como parte del escenario que la ayuda a avanzar. Al hacer contacto con ellas, Gris se recoge nuevamente en el aire, haciendo crecer ramas en su mundo y trayendo un nuevo color consigo, verde.



Imagén 4, Referencial del tercer nivel del videojuego, Negociación
foto extraída de gameplay propio

Negociación (Verde): El panorama cambia, el verde invade la pantalla, y se ven halos de luz que escapan entre las ramas, pero el rojo sigue presente, ambos colores conviven durante este nivel y aparece vegetación donde antes no había. Estamos en la presencia de un bosque, con naturaleza cambiante y unos pocos seres vivientes.

La música es gentil, tranquila, hay sonidos de naturaleza, el piano marca la melodía y notas mayores van marcando la pista.

Nos encontramos con pequeños y raros seres, los cuales serán esenciales para poder completar los desafíos que este nivel tiene para nosotros. Durante este nivel además adquirimos la habilidad de poder saltar aún más alto, gracias a pequeños grupos de mariposas que nos impulsan con gran fuerza.

Seguimos subiendo, ya surcando el cielo mientras recorremos ruinas a la altura de las nubes, el rojo empieza a opacar al verde y vuelve a aparecer el viento negro que nos empujaba en el nivel anterior, pero esta vez con la forma de un pájaro formado de gran cantidad de mariposas negras, que nos empuja con su fuerte grito, rompiendo con la armonía de la música. El negro y el rojo se entremezclan y ni siquiera nuestra forma de cubo es suficiente para superar el caótico chirrido del ave que nos empuja, pero si nos ayuda a poder agotar a nuestro enemigo y liberar a las mariposas encerradas en jarros. Es necesario usar nuestra habilidad para sortear nuestros obstáculos, buscando la ayuda de nuestras aladas amigas, nos impulsamos hacia arriba dejando atrás a nuestro oponente.

Llegamos más arriba, y encontramos a la estatua de la mujer más repuesta pero aun rota. Nos posamos en su palma y Gris vuelve a recogerse desamparadamente y triste, mientras el color azul empieza a pintar nuestro mundo, fusionándose con los colores ya presentes, y empezando a llover.



Imágen 5, Referencial del cuarto nivel del videojuego, Depresión
foto extraída de gameplay propio

Depresión (Azul): La lluvia está siempre presente, los elementos que conformaban nuestro escenario en los otros niveles, como ruinas, árboles, siguen presentes, pero el agua que trae consigo la lluvia será el factor que influirá de mayor manera en este nivel.

Aún hay música tranquila, pero hay largos tiempos de silencio, solo escuchando nuestras pisadas. Muy por el comienzo del nivel nos veremos obligados a bajar, en vez de subir como lo estábamos haciendo antes, adentrándonos en sistemas de cuevas oscuras e inundadas, donde la música tímidamente volverá a aparecer, resonante y lenta, sin querer tomar mayor protagonismo.

En este nivel adquirimos la habilidad para nadar, permitiéndonos desenvolvernos fácilmente en el agua.

Tendremos que buscar nuestro camino en la oscuridad y el silencio, mientras muchas veces hay que nadar y bucear para llegar de un lado a otro. Solo seguimos descendiendo, mientras la oscuridad empieza a tomar más predominancia.

Superando obstáculos que nos congelan, usando el frío a nuestro favor y recorriendo diferentes túneles donde es fácil perderse, para solo seguir bajando más y más en las profundidades, buceando un mar profundo donde algunos de los colores que ya conocemos empiezan a aparecer nuevamente.

Habiendo alcanzado una profundidad considerable, encontramos a una brillante tortuga que gracias a las estrellas que hemos recolectado durante este nivel nos ayuda a llegar aún más profundo, para finalmente encontrarnos con la estatua de la mujer nuevamente, cada vez más recompuesta. Gris superar la oscuridad.

Nuevamente en su palma, con una tenue luz que yace en lo más profundo, Gris se eleva y con su misma postura de siempre hace aparecer un nuevo color, amarillo.



Imágen 6, Referencial del quinto nivel del videojuego, Depresión
foto extraída de gameplay propio

Aceptación (Amarillo): Este nivel comienza con nosotros sobre la palma de la estatua, ya completa pero aun con grietas, en un nivel donde podemos ver la luna brillar fuertemente, en medio de la absoluta oscuridad de las profundidades.

Pareciera que recuperamos la voz, así que apenas Gris intenta cantar, mariposas negras aparecen, envolviendo la estatua hasta formar una masa de oscuridad que la vuelve a destruir.

Gris, intentando mantenerse arriba, es envuelta por la oscuridad, solo para salir de esta impulsándose hacia arriba, volviendo al nivel acuático del que venía.

Buceando devuelta por los túneles acuáticos del nivel, Gris escapa a toda velocidad de la oscuridad, que esta vez toma forma de una anguila que trata de devorarla, mientras de fondo suena una música de tensión. Luego de un tiempo de persecución Gris parece dejar atrás a la anguila, aun así, viéndose envuelta en una cueva sin luz, en la cual no tarda en encontrar pequeñas plantas acuáticas y medusas que iluminan su camino. No hay música, solo incertidumbre, mientras Gris busca su camino vuelve a encontrarse, surgiendo desde la oscuridad, con la anguila, quien vuelve a perseguirla para devorarla.

Buceando lo más rápido posible, esta vez hacia arriba, Gris no logra verse capaz de escapar, y cuando está a punto de ser devorada, su luminosa amiga tortuga aparece en su rescate, ayudándole a espantar la oscuridad.

Vuelve el silencio, y a través de una corriente de agua Gris sigue subiendo, hasta llegar a unas ruinas. Manteniendo su constante ruta hacia arriba, Gris recupera su voz, y cantando es capaz de devolverle la vida a plantas y activar mecanismos que la ayudan a seguir adelante.

Ya podemos ver a todos los colores que hemos recuperado presentes, y enfrentados desafíos que cambian la gravedad del nivel con un efecto de espejo.

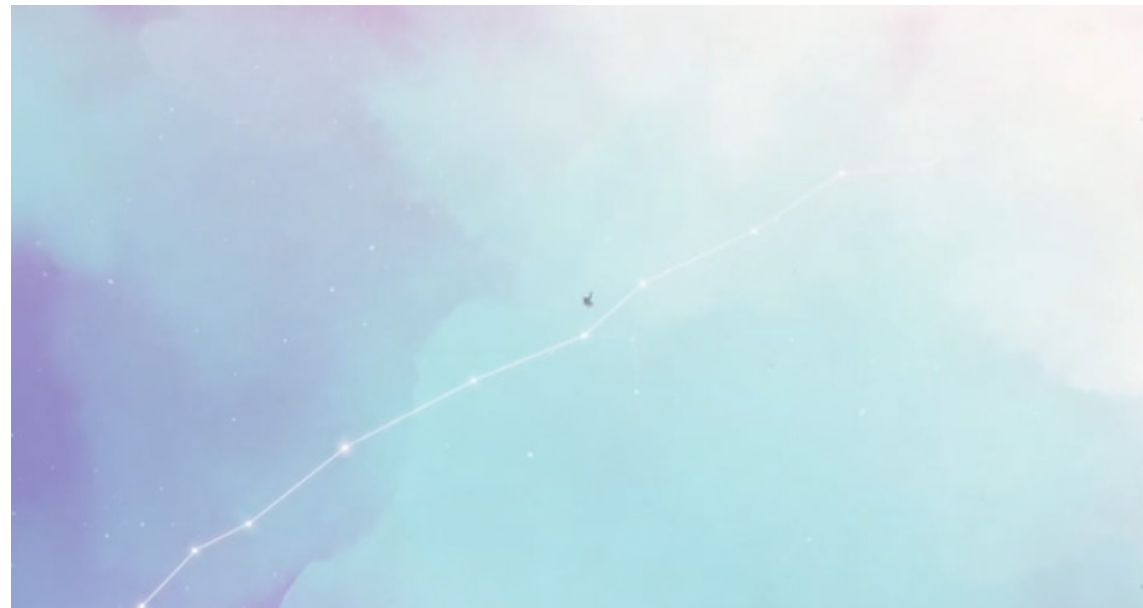
Gris encuentra su camino a lo más alto. habiendo reunido suficientes estrellas, logra formar un camino de constelaciones que la ayudan a ir aún más alto, pero antes de poder subir por ellas, la oscuridad vuelve a aparecer, esta vez tomando su forma, y mirándola directamente. Esta le grita, y se lleva todos los colores que había, junto con los elementos del mapa, cayendo en la nada, para luego devorarnos.

Atrapada en un mar de oscuridad, Gris nada hacia arriba, y logra salir de este, para encontrarse con unas ruinas donde puede ver lo que parece el sepulcro de una mujer como la de la estatua.

Escalando por los pedazos de la estatua destrozada nuevamente, Gris llega hasta la palma destrozada de la misma, y cantando empieza a reponerla, poniendo todas las piezas en su lugar.

Mientras hace esto, la oscuridad intenta devorarla nuevamente, pero cuando parecía que lo lograría nuevamente, la estatua repuesta, aunque con grietas, empieza a cantar también.

De esta manera, la oscuridad desaparece, los colores vuelven a aparecer, en cada uno de los niveles que ya superamos, esta vez todos presentes. Gris abraza y besa a la estatua de la mujer, la cual derrama algunas lágrimas, esta es su despedida.



*Imagen 7, Referencial a la escena del fin del juego
foto extraída de gameplay propio*

Gris vuelve donde está el camino de constelaciones que formó con las estrellas anteriormente, y asciende por este, perdiéndose en las blancas nubes. Fin.

Aspecto adicional

Es posible acceder a una escena secreta, habiendo conseguido todos los objetos coleccionables del juego, que ha representarse en forma de otro tipo de estrella. Previo a llegar a la parte final, en cierta sección, podemos tener un flashback donde se ve a Gris, junto a la mujer retratada en la estatua, juntas bajo el cielo nocturno, capturando estrellas y abrazándose, dando a entender que es muy posible, que la mujer de la estatua fuera su madre.

Siendo la pérdida de ella lo que provoca todas estas fases del duelo, por las que Gris tiene que pasar y superar.

Diseño emocional aplicado

GRIS es un juego que, si bien no tiene diálogos, es capaz de transmitir mucho a través de su diseño de escenarios y música, una narrativa que podría quizás haber sido desarrollada a través de otros elementos, encuentra su voz con su propia propuesta.

Nivel visceral

Dentro del mundo que nos presenta GRIS, este nivel podría ser el que más ha de destacar a primera vista, incluso es muy probable que todos sus jugadores podrían reconocer el videojuego con solo ver una pequeña parte de su arte. Su gráfica es algo que lo hace único, manejo de colores para representar cada nivel, emoción y adversidad que se va presentando a medida que la narrativa avanza.

Al ser un juego mayormente mudo, tanto el nivel visceral como conductual juegan un papel protagónico para transmitir el mensaje que los diseñadores de videojuegos buscan transmitir.

Además de su arte, tan característico, la música toma el lugar que la voz suele tener en gran parte de otros videojuegos. A través de cambios de intensidades, tonalidad, melodías y otros recursos sonoros, GRIS va contándonos su historia.

Nivel conductual

En este nivel, se ve desarrollado principalmente en cómo Gris va aprendiendo distintas técnicas, acorde a cada nivel que está, las cuales ha de utilizar para superar los obstáculos que se le presentan.

Sumado a esto, las transiciones de cada nivel entre uno y otro, en cuanto a subidas y bajadas, aportan de gran manera al mensaje que entregan, un lenguaje no hablado ni escrito que de forma indirecta nos transmite información adicional.

Nivel reflexivo

El mundo virtual en su conjunto corresponde a una abstracción conceptual de lo que es el duelo, por lo que su sentido principal está algo oculto para los jugadores, quienes deben develar los misterios que posee el juego para comprenderlo en su totalidad.

Tiene un desarrollo a nivel reflexivo bastante pensado y bien definido.

Si bien, ya con los niveles visceral y conductual es suficiente para que un jugador pueda disfrutar el videojuego, es el nivel reflexivo el cual dotará de gran valor a estos.

Es a causa de este nivel que el juego es dotado de humanidad y nos dispone a entender, desde nuestra emocionalidad, lo que GRIS quiere transmitir.

Hay una meta clara que el jugador debe seguir la cual ir hacia adelante, superando puzzles con las herramientas que el videojuego va entregando, todo para terminar el videojuego. Esta sería la misión principal, la cual en este caso no se plantea de forma explícita, sino que conductualmente el jugador la deduce.

Además, con el aspecto adicional que es la recolección de estrellas, se puede reconocer una misión secundaria, que al ser completada recompensa al jugador con información adicional de la historia.

Por otro lado, la plataforma que alberga el juego en su biblioteca, Steam utilicé en este caso, otorga logros cuando se cumplen con determinados hitos.

Tanto la misión principal, como la secundaria y los logros corresponden a objetivos y metas que plantea el juego.

Los niveles visceral, conductual y reflexivo, se ven reflejados en los elementos que dispone el juego como se ha podido ver, ya sea arte, música, jugabilidad interfaz de juego y la narrativa propia de este.

Conclusiones de análisis

¿Cómo es posible que una temática la cual probablemente ni siquiera hemos experimentado, como puede ser el duelo en el de GRIS, nos haga sensibilizarnos cómo si lo hubiéramos hecho? Este tipo de situaciones es lo que me interesa abordar, desde la elaboración de la experiencia de usuario, como la emocionalidad se apodera de nosotros dentro de los videojuegos, y con una experiencia capaz de dejarnos completamente inmersos en un mundo virtual donde los límites y leyes de la realidad que habitamos no tienen cabida.

Entender los elementos claves que gatillan la emocionalidad y su orden, como mencione al abordar el problema de investigación, para así entender que es lo necesario para condicionar una experiencia emocional.

Si bien, como pudimos a partir del análisis conceptual de *What Remains Of Edith Finch* y el análisis de la experiencia de juego con GRIS, se hace uso de la emocionalidad para potenciar la experiencia del jugador en diferentes aspectos, cada uno de ellos la distribuyen en distintos elementos de sus propios mundos virtuales, decidiendo de forma subjetiva, según cada empresa desarrolladora, en qué aspectos hacer énfasis, y qué identidad darle a cada uno.

Donald A Norman dice que los videojuegos se diferencian de la vida real por el hecho de que estos ocupan un periodo fijo de tiempo, ya que cuentan con un comienzo y un final fijo, en cambio la vida real, a pesar de estar marcada por el nacimiento y la muerte, no cesa de ocurrir, no se puede escapar de ella, sigue avanzando a pesar de que estemos durmiendo, aunque ya en ese entonces reconocía que esto estaba cambiando (2005).

A partir de esto es rescatar que Norman reconoció una meta fija que tiene el videojuego la cual marcará el final de este. El desenlace de un videojuego ha de acabar cuando se logre esta meta.

El comienzo y el final se da por la historia que el videojuego quiere contar, la cual se puede desentrañar a partir de distintos objetivos.

Con el análisis de los videojuegos, y la observación de muchos otros de estos a partir de mi experiencia, puedo reconocer 3 objetivos principales que van componiendo la meta que un videojuego plantea para el jugador.

Existe una misión principal que será la responsable de hacer la narrativa principal del videojuego avanzar.

También existen misiones secundarias que motivan al jugador a adentrarse más en el mundo del videojuego y recibir recompensas adicionales para su aventura.

Y por último, a nivel de plataforma en que se ubica el videojuego, hay logros que se pueden ir desbloqueando, desafiando al jugador, los cuales normalmente no ofrecen una recompensa que se ve reflejada materialmente sino que a nivel personal por la satisfacción de haberlo completado.

Del análisis de GRIS puede ver:

A nivel visceral pude reconocer la música y la identidad gráfica como elementos estimulantes.

En el nivel conductual estaba las mecánicas y desarrollo de niveles.

Por ultimo, a nivel reflexivo esta la historia, y la intención misma de los otros elementos anteriormente mencionados, sumado a la invitación al jugador a reflexionar sobre la narrativa que evidencia al jugar.

Bien podría entrar en detalle sobre cada elemento que compone un videojuego, pero mi intención con esta investigación es abordarla desde la disciplina del diseño de experiencias y no el diseño de videojuegos, por tanto, voy a sumar información recolectada a partir de experiencias de otros usuarios sobre su relación con estos.

4. Levantamiento de información

Encuestas a usuarios

A continuación haré un levantamiento de información para poner en contraste la opinión de los jugadores en relación a sus propias experiencias emocionales en los videojuegos.

Llevé a cabo la encuesta en la plataforma Formularios de Google.

La difusión de la encuesta fue por medio de internet, en distintas redes sociales y el foro de Ucampus.

Además, realicé una encuesta en inglés. la cual posee las mismas preguntas que la anteriormente mencionada, con la intención de dar un vistazo a cómo un factor cultural podría afectar el cómo los jugadores perciben la emocionalidad.

No está demás dejar en claro que para poder lograr resultados mayormente efectivos es necesario obtener una cantidad de respuestas aún mayor, considerando una homogeneidad en la muestra, pero para lo que concierne mi investigación, los resultados obtenidos me sirven como guía debida a la marcada tendencia que tienen.

Dejo como anexos los resultados de las encuestas, correspondiendo al Anexo 3 (encuesta en español) y el Anexo 4 (encuesta en inglés).

Datos cuantitativos

Para la recopilación de datos lleve a cabo dos encuestas, una en español y otra en inglés, conteniendo ambas las mismas preguntas.

Las encuestas se difundieron en redes sociales, Reddit y foros de Ucampus, obteniendo una gran variedad de nacionalidades presentes en las respuestas.

Mi intención esta dualidad de lenguaje en la encuesta, es poder demostrar la universalidad que posee la emocionalidad en las personas, siguiendo lo planteado por Robert Plutchik sobre el factor genético de estas, pero teniendo en cuenta lo dicho por Maurice Merleau Ponty sobre cómo la percepción de cada ser humano irá cambiando según los distintos factores culturales y del entorno en que esté envuelto.

Además, la encuesta tiene un carácter más cualitativo que cuantitativo, contando con preguntas de desarrollo con el fin de poder obtener relatos personales y subjetivos de los jugadores como usuarios de los videojuegos.

A continuación, presento un análisis comparativo entre ambas encuestas sobre la información recolectada.

Para más información sobre los resultados obtenidos adjunto a continuación un enlace para acceder a estos.

Identificar demografía

En primer lugar, lo más importante es reconocer con qué grupo humano estamos trabajando, para reducir el margen de error y empezar a caracterizar nuestro grupo objetivo.

La encuesta en español se cerró con un cómputo final 22 respuestas. Por otro lado, en la encuesta en inglés fueron 20 respuestas.

¿Qué edad tienes?

Las edades de las personas que respondieron la encuesta en **español** van desde los 19 a los 29 años.

Las edades de las personas que respondieron la encuesta en **inglés** van desde los 15 a 46 años.

¿De qué país eres?

Para la encuesta en **español**, la muestra en su gran mayoría de población chilena, pero además hay respuestas de Argentina y México.

Para la encuesta en **inglés**, la muestra posee jugadores de los siguientes países; Estados Unidos, Australia, India, Hungría, México, Indonesia, Filipinas, Canadá Serbia y Suiza.

¿Con qué género te identificas?

En cuanto a la encuesta en **español**, son mayormente hombres pero hay también presencia de mujeres.

Por el lado de la encuesta en **inglés**, también son mayormente hombres, pero con presencia de mujeres y trans.

A partir de los resultados obtenidos, teniendo en cuenta ambas encuestas, es posible reconocer una muestra de personas, en su mayoría hombres, contemplando edades desde los 15 hasta los 46 años.

Entendiendo que para poder lograr mayor validez en los datos sería necesario contar con un número aún mayor de resultados, encuentro que es posible, para lo que compete a mi investigación, utilizarlos como directriz de apoyo para entender el fenómeno de la emocionalidad.

En base a los resultados obtenidos pienso que, de obtener mayor alcance con las encuestas, sería posible agrandar aún más el grupo estudiado, pero no mucho más allá de las edades obtenidas, pero esto no es más que una suposición, que quizás en estudios más a futuro sería interesante demostrar. Para lo que concierne a mi investigación en este momento, haré uso de estos datos para estudiar la emocionalidad dentro de esta muestra obtenida.

Entonces, la muestra corresponde a jugadores de videojuegos entre 15 y 46 años, tanto hombres como mujeres, y otros, pero con mayoría en el sector masculino.

Inmersión

En videojuegos donde la moral importa, y tus decisiones afectan el desarrollo de la historia, ¿Tienes a actuar como lo harías normalmente?

En un grado más emocional y moral, me parece importante saber si un jugador es capaz de verse tan inmerso en un videojuego que toma decisiones en base a sus propios principios, más allá del personaje.

La moral funciona en un nivel reflexivo, en base a los niveles de diseño emocional que plantea Donald A Norman, ya que es parte de la personalidad de una persona y se desarrolla en base a nuestra experiencias.

- **Resultados encuesta en español**

El 59.1% de los encuestados dicen que sí, mientras que el 18.2% dice que no, y el otro grupo dice que depende, esto viéndose influenciado por el grado de inmersión que sientan en el momento, la situación específica o el simple hecho de querer actuar distinto por criterio de jugabilidad.

- **Resultados encuestas en inglés**

El 65% de los encuestados dicen que sí, mientras que el 20% dice que no, y el otro grupo toma decisiones según lo que sea mejor para el desarrollo de la historia, o por diversas razones.

La mayoría de los jugadores, en ambas encuestas, dicen actuar como lo harían normalmente en la vida frente a decisiones que involucran moralidad, mientras que una menor parte dice que no, y por otro lado hay un grupo aún menor que dice que depende de la situación.

A partir de estos resultados puedo ver cómo la mayoría de los jugadores encuestados se involucran moralmente con un videojuego, y esto demuestra, a su vez, que utilizar herramientas que involucren la moral es efectiva para la inmersión de los jugadores.

¿Crees que los gráficos son un factor importante para disfrutar lo que un videojuego tiene para proponer?

Los gráficos juegan un papel que podría considerarse en los niveles visceral y conductual, ya que afectan visualmente al videojuego y al mismo tiempo la fluidez de este.

- **Resultados encuesta en español**

El 31.8% de las personas que respondieron la encuesta dijeron que sí, mientras que un 36.4% que no, siendo un 18.2% equivalente a “Un poco” y porcentaje restante dieron su opinión diciendo que depende del tipo de juego.

- **Resultados encuesta en inglés**

El 35% de las personas que respondieron la encuesta dijeron que sí, mientras que un 20% que no, siendo la mayoría en este quienes opinan que “Un poco” con un 35% y el porcentaje restante al igual que en la otra encuesta mencionaron que depende del tipo de juego, dándole más importancia a los gráficos en juegos AAA o incluso que el estilo gráfico del juego podía ser más importante.

Por tanto, con estos resultados es posible ver una tendencia más variadas respecto a las preferencias de los jugadores, dando un resultado relativo, que complementado con las respuestas abiertas dadas por algunos jugadores puede dar a entender que las preferencias sobre si los gráficos de un videojuego importan o no, dependerá del videojuego que se esté jugado y si estos aportan al mismo.

Tipo de jugador

¿Qué tipo de videojuegos disfrutas más?

A modo de conocer las preferencias de los jugadores entrevistados, y por tanto, qué tipo de juegos frecuentan en aspecto de videojuego de un jugador, multijugador o ambos.

- **Resultados encuesta en español**

Un 72% de los jugadores dicen disfrutar ambos, tanto videojuegos de un jugador cómo multijugador, mientras que un 22.7% prefieren los videojuegos de un jugador y 4.5% multijugador.

- **Resultados encuesta en inglés**

Un 65% de los jugadores disfrutan más los videojuegos de un jugador mientras que un 15% prefieren tanto multijugador cómo un jugador y 20% optan por multijugador.

Con estos resultados se puede ver una diferencia considerable en cuanto a los jugadores que respondieron la encuesta en español con la encuesta en inglés, mostrando una variedad en preferencias respecto a aspectos de jugabilidad en solitario o con gente, pero también mostrando que los jugadores interactúan tanto con videojuegos multijugador como de un solo jugador.

Datos cualitativos

A partir de preguntas de desarrollo, correspondiente a las presentadas a continuación, buscó reconocer comportamientos que tienen los jugadores al momento de enfrentarse a un videojuego y cómo interactúan con este, considerando sus motivaciones y frustraciones, inmersión en el videojuego, su perfil como jugador y algunas preguntas de exploración sobre elementos que me parecen interesantes considerar en relación a la temática.

Emocionalidad

¿Qué opinas sobre la carga emocional en los videojuegos?

Tanto los participantes de la encuesta en español como en inglés encontraron que es **muy importante** (la primera gran mayoría) o **algo un poco importante**. Sin haber nadie que dijera que **no es importante**.

Exponiendo de esta forma el interés de los jugadores por la presencia de emocionalidad en videojuegos y su interés por experimentar emociones en estos. Por tanto, a partir de estos resultados puedo entender que la emocionalidad si es un factor importante para los jugadores, y además dar cuenta de que la emocionalidad es algo que va más allá de las barreras culturales, siendo las emociones un lenguaje universal importante para los jugadores de videojuegos.

Si tu respuesta anterior fue que sí es importante, ¿Por qué crees que es importante la carga emocional?

Como segunda parte de la pregunta anterior, invite a modo optativo a profundizar sobre sus respuestas respecto a la importancia de la carga emocional en los videojuegos.

- **Resultados encuesta en español**

Hacen mención de forma reiterada palabras como mayor inmersión, vínculo, conexión, lazo, conectar, memorable.

Dejando en claro que la carga emocional que presenta un videojuego los ayuda a conectar más fácilmente con un videojuego o personaje dentro de este, haciendo su experiencia más memorable porque de esta forma están más inmersos en el mundo virtual que el videojuego propone, y pueden establecer lazos emotivos con los distintos elementos y personajes de este.

- **Resultados encuesta en inglés**

De igual manera, dan a saber que la carga emocional de un juego los ayuda a verse más envueltos en el videojuego y con los personajes, permitiéndoles conectar con ellos y darle más importancia a los sucesos dentro del mundo virtual.

La palabra más utilizada por ellos fue “conectar”.

A partir de estos resultados puedo entender que la emocionalidad en los videojuegos ayuda a los jugadores a conectar con los elementos del mundo virtual, por tanto facilita la inmersión, y por tanto el flujo.

Siéntete libre de dar tu opinión sobre la temática tratada en esta encuesta

Además deje un apartado opcional donde quien quiera puede dar su opinión sobre la temática, donde muchas personas mostraron su interés por esta temática. Los invito a revisar las respuestas para más detalles.

Motivaciones y frustraciones

¿Por qué juegas videojuegos?

- **Resultados encuesta en español**

Los principales motivos por los que los jugadores juegan videojuegos es por qué buscan entretenerse principalmente, vivir experiencias gratas, salir de la realidad cotidiana, relajarse, pasar el tiempo, competitividad y poder disfrutar con amigos.

- **Resultados encuesta en inglés**

Lo que más se repitió fue el concepto de escapismo, es decir escapar de la realidad, además de entretenerse, por diversión, relajo, pasar el tiempo, desafío y jugar con amigos.

Es interesante ver cómo se van relacionando las respuestas, más allá de la cultura y el lenguaje, la comunidad de jugadores o gamers, comparte motivaciones en común para acceder a los mundos virtuales que nos ofrecen los videojuegos, y más aun, ver como todos ven los videojuegos como algo positivo para ellos que los hace sentir bien.

¿Qué te motiva a terminar un videojuego?

En cuanto a motivaciones para terminar un videojuego, una vez empezado.

- **Resultados encuesta en español**

En su gran mayoría mencionaron que su principal motivación para terminar un videojuego es la historia, saber que ocurre al final y como es el desenlace de los personajes.

Además existe cierta motivación por sentirse satisfechos por terminarlo, una sensación de logro, junto con disfrutar la experiencia que nos ofrece el videojuego.

- **Resultados encuesta en inglés**

Se encuentran respuestas similares, la existencia de una buena historia que los motive a llegar al final y poder conocer su desenlace, esto potenciado por la jugabilidad que el videojuego entrega.

Nuevamente puede verse la universalidad respecto a los intereses de los jugadores independiente de su cultura, los jugadores de videojuegos quieren disfrutar de una buena historia y si es suficientemente entretenida o interesante para ellos los motivará a terminar el videojuego, además elementos de jugabilidad y end-game (lo que está después de terminar un videojuego) motivan aún más a los jugadores.

La sensación de satisfacción que tienen al lograr tal tarea es algo que destacó en algunos jugadores también, que se relaciona con el desafío que presenta el videojuego, para lo que muchos de esto poseen un sistema de lograr que incentive esto.

Y siempre presente, para ambas encuestas, el disfrutar el videojuego y lo que ofrece.

¿Qué te hace dejar de jugar un videojuego?

Por otro lado, las frustraciones que puede encontrarse al jugar un videojuego, y hacen que el jugador se detenga.

- **Resultados encuesta en español**

Los jugadores dicen que las principales causas que los hacen dejar de jugar un videojuego son, en primer lugar, una jugabilidad aburrida o muy difícil, si es que se vuelve demasiado monótono y repetitivo tiende a aburrir a los jugadores. En segundo lugar, la historia, si es una historia vacía y que no logra cautivar a los jugadores.

En tercer lugar, el tiempo, un videojuego muy largo que no es capaz de generar un interés constante.

Y también es posible ver factores externos, como falta de tiempo para jugar o algún otro suceso que no nos permita continuar con el juego.

- **Resultados encuesta en inglés**

Nuevamente, muestra diversas similitudes, siendo la respuesta más repetida el aburrimiento que el videojuego le podía generar, por diversos motivos, como por ejemplo la jugabilidad o la historia.

Siguiente a esto, lo que más se mencionó fue la frustración que sentía cuando no podían avanzar, el quedarse “pegado” en cierta parte del juego. Esto vendría a relacionarse con la dificultad del juego.

Bastante ligado a esto, y nuevamente haciendo relación a la otra encuesta, el tiempo fue algo que hacía a muchos jugadores dejar de lado un videojuego, si este es demasiado largo van perdiendo el interés.

Además de mencionar las fallas técnicas que un videojuego puede poseer, haciendo más difícil el jugarlo y los elementos externos que la vida real trae consigo (tiempo, problemas, etc).

Los jugadores de videojuegos parecen ser una comunidad que trasciende cualquier cultura y se forma en un ámbito virtual universal donde se comparten muchas de sus motivaciones y frustraciones.

Muchas de las cosas que mencionan respecto a lo que los hace dejar de jugar un videojuego se relacionan con los distintos niveles del diseño emocional (visceral, conductual, reflexivo) que plantea Donald A Norman, y la teoría de Flow de Mihaly Csikszentmihalyi.

Perfil de jugador

Para entender mejor el perfil de jugador, en relación con el disfrute que pueda tener al jugar un videojuego, dejé planteadas las siguientes preguntas.

Según tú, ¿qué hace a un videojuego memorable?

- **Resultados encuesta en español**

Hubo tres elementos que la gran mayoría de los jugadores mencionaron de forma reiterada, por un lado, está la **historia** que propone el videojuego ligado en la gran mayoría de los casos con **la jugabilidad y la emocionalidad** que propone el videojuego en su conjunto. La música también fue otro elemento que se mencionó bastante, algo que al parecer suma bastante valor a un videojuego para los jugadores.

- **Resultados encuesta en inglés**

Los elementos como la historia, jugabilidad y emocionalidad tuvieron un peso muy similar a la encuesta en español, además mencionaron una característica muy importante, lo “único” de un videojuego, capaz de dejar marca en los jugadores, junto con una narrativa potente y profunda.

Una buena historia que te permita conectar con los personajes y pueda dejar una marca en la memoria de uno como jugador y la capacidad de poder generar vínculos con los personajes en su desarrollo, además de la integración de elementos gráficos y de jugabilidad, eso parece lograr hacer un videojuego memorable para los jugadores.

Algo que nuevamente hace mucho sentido considerando los 3 niveles de diseño emocional de Donald A Norman.

¿Qué elementos de un videojuego a tu parecer tienen mayor importancia al momento de generar una mayor experiencia emocional?

De una selección de distintos elementos que conforman un videojuego, abarcando distintos aspectos de visceralidad, conductividad y reflexividad, los jugadores seleccionaron 3 elementos que para ellos son importantes para generar una mayor experiencia emocional.

- **Resultados encuesta en español**

La gran mayoría estuvo dada por la Historia, con un 86.4% de preferencia. En segundo lugar la Ambientación, diseño de niveles y escenarios, con un 68.2% cada uno.

La tercera mayoría la tuvieron Desarrollo de personajes juntos con Música, con un 63.6%.

- **Resultados encuesta en inglés**

La principal mayoría para este caso fue, al igual que la otra encuesta, la Historia, con un 90%.

En segundo lugar empataron dos elementos, Desarrollo de personaje y Música, ambos con 75%.

Para quedar en tercer lugar la Jugabilidad y Ambientación, diseño de niveles y escenarios con un 40%.

Existen unas leves diferencias en ciertos elementos entre ambas encuestas pero no se alejan mucho unas de otras.

La Historia fue un elemento que se mantuvo fuertemente en primer lugar para ambos casos, y el Desarrollo de personaje, la Ambientación más la Música tuvieron un alto nivel de preferencia.

Saliendo a relucir, como la Historia, siendo un elemento mayormente reflexivo, sobreponiéndose sobre los demás. Relacionado a lo planteado por Donald A Norman, donde menciona como el nivel reflexivo es capaz de influir sobre los inferiores (Donald A Norman, 2005, pág. 38), toma sentido que la Historia sea lo más importante, siendo capaz de dar un valor distinto a los demás elementos del videojuego.

Si ninguna de las opciones anteriores te pareció válida, escribe aquí qué elementos de un videojuego te parecen importantes y por qué

En caso de que hubiera alguna respuesta que quisiera plantear algún elemento distinto que les pareciera más importante que los expuestos deje un espacio para expresarse libremente, donde no hubo gran participación, solo una respuesta en la encuesta en español que habla de cómo va a depender la importancia de cada elemento según el tipo de juego.

Experiencia post juego

Para esta sección no entraré a desarrollar los resultados de cada encuesta, pero sí invité a los lectores a revisar las respuestas dadas por los jugadores en estos apartados, presentes en los anexos 3 y 4.

Si un videojuego es capaz de articular de buena manera una experiencia emotiva con los jugadores es posible generar un gran impacto en los jugadores, no ocurrirá con todos, pero si es posible, con mi investigación ayudar a marcar un camino hacia la emocionalidad positiva a mi parecer será más probable contar con experiencias significativas.

Son precisamente las respuestas obtenidas acá lo que me parece tan fascinante de los videojuegos y la emocionalidad en sí, como tras vivenciar una experiencia grata, es capaz de marcar a una persona de tal modo que pasado el tiempo, nosotros mismo terminamos dándole un nuevo valor a un videojuego, o a un lugar fuera de este mundo donde fuimos felices.

Tras haber jugado alguna vez un videojuego, generamos múltiples recuerdos sobre el momento en cual lo hicimos. ¿Crees que las memorias que creamos al jugar suman valor al videojuego? ¿Podrían llegar a ser más significativas que el juego en sí?

¿Qué videojuegos de los que conoces, a tu parecer, tienen gran carga emocional?

5. Referentes desde el diseño

Referentes desde el diseño

Como principales referentes para entender el fenómeno de la emocionalidad en los videojuegos, haré uso de ideas y modelos planteados por autores relacionados al diseño UX/UI.

Pero, ya que el diseño de experiencia de usuario e interfaces tiene su foco en medios digitales, y como presentamos información a usuario principalmente en páginas web y aplicaciones, me parece muy importante establecer ciertos manifiestos para este caso.

Si, usaré los conocimientos de UX/UI para abordar el fenómeno emocional en los videojuegos, ya que es algo que a mi parecer está muy ligado a la experiencia de usuario, en este caso jugadores.

Y si, existen interfaces en los videojuegos, que bien tienen una semiótica capaz de sensibilizarnos a nivel emocional, mi intención con esta tesis es analizar en términos más generales, la experiencia que un videojuego en sí, es capaz de generar en nosotros, en su conjunto, a través de la interacción que un jugador pueda tener con los mundos virtuales que en estos se encuentran.

Es por esta razón que, para esta investigación, consideraré al videojuego, cualquiera sea, como una **interfaz** generadora de experiencias emocionales en un jugador.

También dejar en claro, como mencione al comienzo de este documento, que mi intención no es imponer experiencias emocionales, ya que por diversos factores es imposible proyectar una emoción de igual manera en diferentes personas, siempre existirán variaciones, es por esto mi foco es ser capaz de reconocer cómo es posible condicionar a un jugador a través de las diferentes herramientas que proporciona un videojuego.

Modelo de experiencia de usuario

Jesse James Garrett

Cuando una persona se enfrenta a una experiencia digital, como dice Garret en 2011, donde busca adquirir algo, existen diversas decisiones que debe tomar para llegar a esto, y además, múltiples elementos que influenciarán al usuario en esto.

Para entender mejor el proceso de la experiencia de un usuario en estos casos, Jesse James Garrett plantea un modelo (Figura 3), donde capa a capa, muestra los distintos elementos que componen la experiencia de usuario (Garrett, 2011).

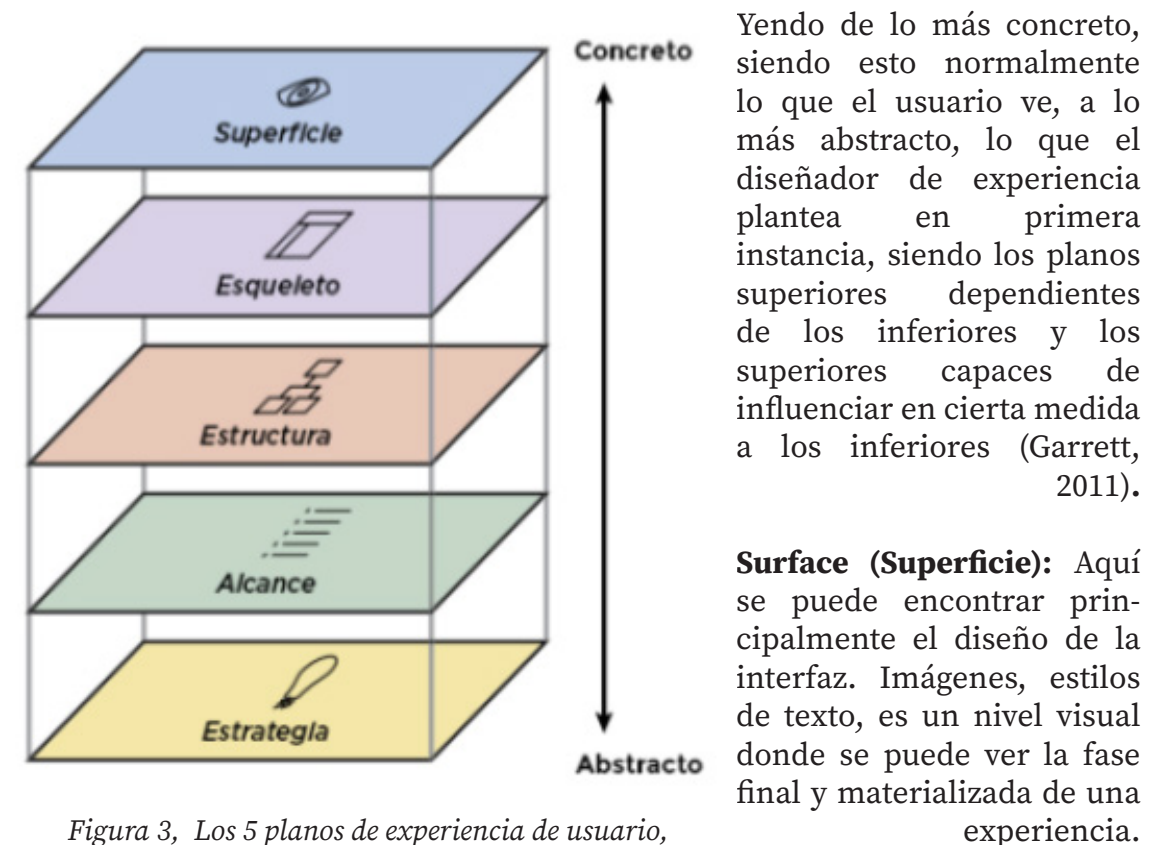


Figura 3, Los 5 planos de experiencia de usuario, (Garret, 2011)

Skeleton (Esqueleto): Corresponde al posicionamiento de los elementos de la interfaz, ya sean botones, imágenes, textos, etc. permitiendo dar una idea, sin diseño visual aun, de como se veria el producto final.

Para un diseñador UX/UI sirve como guía para optimizar la disposición de cada elemento y para una mejor eficiencia, tiende a verse representada por wireframes.

Scope (Alcance): Vendrá a ser la capa en que se le da sentido a las funciones y características anteriormente mencionadas, definirá el qué son.

Contempla las consideraciones para todos los elementos que serán parte del producto final.

Strategy (Estrategia): Determinará el scope (alcance) de nuestro producto o servicio. Integra los estudios relacionados a usuarios, que nos guiarán sobre sus necesidades, expectativas y frustraciones (Garrett, 2011).

En los niveles más abstractos se piensa de la forma final que tendrá el sitio, producto o servicio, sólo se plantea como podremos introducir nuestra estrategia a esto (Garrett, 2011).

Además al enfocarse desde el comienzo en conocer y entender al usuario al que apunta el producto final, considera el nivel más reflexivo de procesamiento cognitivo, lo cual ha de ser esencial para desarrollar la emocionalidad, ya que como pudo verse con el levantamiento de información, con la marcada preferencia por el desarrollo de la historia los usuarios dan mayor importancia a este nivel al momento de relacionarlo con la carga emocional.

Por esto mismo, y para lo que compete a esta investigación, me enfocaré en las capas de **Estrategia, Alcance y Estructura**, a modo de poder trabajar de una forma más conceptual la experiencia emocional de los jugadores de videojuegos.

Además, las capas más concretas como lo son las de **Esqueleto y Superficie**, van a depender a mi parecer, de cada desarrollador de videojuegos, según la identidad y sentido que le quieran dar su propia creación.

Si bien las capas en las que yo me enfocare también poseen cierta subjetividad al momento de un desarrollador dar sentido propio a un videojuego, al ser más abstractas y reflexivas, es posible ubicar la emocionalidad de un videojuego, ya que en estos niveles se desarrollan los cimientos estructurales y conceptuales basados en las necesidades del usuario, por tanto, comprender lo que este siente.

Dualidad del modelo

Con el desarrollo de la Web, la forma de visualizar e interpretar la información fue evolucionando, cuando a partir de esto, se formó la comunidad de experiencia Web, se fueron marcando dos grupos en torno a la finalidad de esta.

Por un lado, estaban quienes ven la Web como mecanismo para la resolución de problemas de una forma más funcional, generando aplicaciones para lidiar con estos, todo más centrado en la creación.

Y por otro lado estaban quienes ven la Web desde la distribución de información y recuperación de ésta a través de medios tradicionales del mundo de la publicación, los medios y ciencias de información.

A partir de esta dualidad, Jesse James Garret divide su modelo, y por esto cada una de sus capas, en dos tipos. Una parte que ve la web como software para resolver problemas desde la **funcionalidad** y otra que ve la web como medio para entregar **información** (Garrett, 2011).

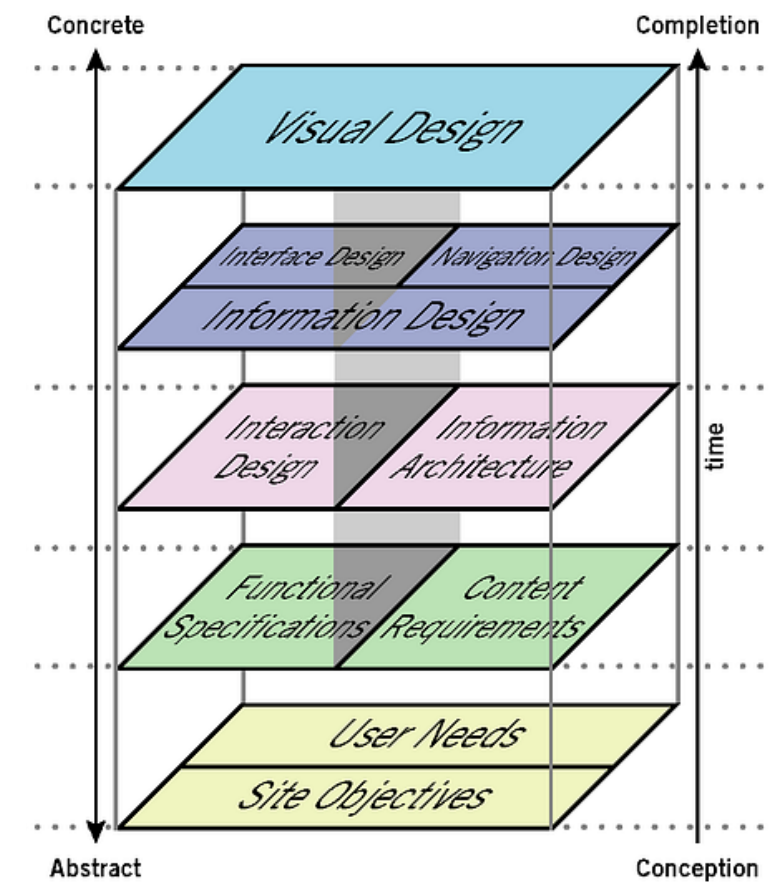


Figura 4, Dualidad del modelo, (Garret, 2011)

Aplicado al desarrollo UX/UI, la parte de funcionalidad guarda relación con las tareas que se le dan al usuario, las etapas que contempla el proceso y cómo la gente se plantea resolverlas. Garrett dice que acá el producto se puede considerar como una herramienta o un set de herramientas que el usuario utiliza para completar una o más tareas (2011).

Por el lado de la información, está definido por como el producto comunica información y de qué manera el usuario la interpreta. Requiriendo entonces, recolectar información de los usuarios que sea útil y eficiente al momento de transmitir información con sentido (Garrett, 2011).

Teniendo definidos los elementos que van conformando el modelo de Jesse James Garret para la experiencia de usuario, ahora pondré énfasis en las capas con las cuales me voy a enfocar.

El plano de la Estrategia

Como menciona Garret en el 2011, es la base de todo el proyecto, de aquí parte la creación de la experiencia de usuario.

A partir de la dualidad mencionada anteriormente, el plano de estrategia se divide en las necesidades del usuario por el lado de la funcionalidad, y los objetivos del producto, por el lado de la información.

Las necesidades del usuario tendrán que responder la pregunta, **¿qué quieren los usuarios obtener de esto?**

Para responder esta pregunta, es recomendable segmentar los grupos humanos a los que queremos apuntar y generar un público objetivo del cual recolectar información directa, para lo cual se pueden aplicar diversos métodos, como la realización de encuestas, creación de user personas, etc.

En cuanto a los objetivos del producto, deben responder la pregunta, **¿qué queremos nosotros conseguir con este producto?**

Provieniendo del equipo de creación, las intenciones que se tienen para el desarrollo del producto (Garrett, 2011).

El plano de Alcance

Teniendo una estrategia clara sobre lo que queremos lograr, es necesario empezar a dejar en claro cómo hacer esto posible, el plano de alcance será el encargado de abordar esto.

Jesse James Garret dice que la estrategia se vuelve alcance cuando tanto las necesidades del usuario como los objetivos del producto se traducen en requerimientos específicos para crear el contenido y la funcionalidad que el producto ofrecerá a los usuarios (2011).

Definiendo el alcance del producto consta de crear un proceso valioso que terminará en un producto valioso. El tener algo valioso motivará a las personas a hacer uso de nuestros productos o servicios, es por esto que definiendo los requerimientos para lograr esto hará más posible nuestra intención inicial planteada en la estrategia (Garrett, 2011).

Para esto es necesario saber dos cosas, dice Garrett, saber lo que estamos creando y saber lo que no estamos creando.

El plano de alcance debe responder la pregunta, **¿por qué estamos haciendo este producto?** y luego de enfrentarla con el plano de estrategia otra pregunta más aparece **¿qué vamos a hacer?** (Garrett, 2011)

Por el lado de la funcionalidad, el plano de alcance abordará todo lo relacionado a las especificaciones funcionales, es decir las características que presentará el producto para ser presentado al usuario.

Y por el lado de la información, corresponderá los requerimientos de contenido para estas características. El contenido estará dado por datos obtenidos a través de recolección de datos de usuarios con la finalidad de entender todo lo que es necesario para generar las especificaciones funcionales (Garrett, 2011).

El plano de Estructura

En esta etapa, ya teniendo claros los requerimientos que necesitamos para nuestro producto o servicio, se necesita establecer cómo debe ir organizado cada uno de ellos, de modo que funcionen eficazmente.

En el plano de estructura se va a definir una estructura conceptual de cómo se articula todo (Garrett, 2011).

Aquí lo abstracto se empieza a volver más concreto, pero sin llegar a serlo completamente, mostrando unos primeros indicios de cómo será la experiencia del usuario. Siendo por esta razón, el plano donde se ubicará mi proyecto en su fase final.

La dualidad en este plano estará dada por el diseño de interacción, en el lado funcional, y la arquitectura de la información, por el otro lado.

En el desarrollo de softwares, dice Jesse James Garrett, la disciplina envuelta en crear una experiencia estructurada para el usuario es conocida como diseño de interacción (2011).

El diseño de interacción se preocupa de considerar los posibles comportamientos de los usuarios y adaptarlo según las respuestas del usuario a estos (Garrett, 2011).

El diseño de interacción hará uso de toda la información utilizada y preparada por los planos previos para dar forma a una estructura de alguna experiencia.

Respecto a la arquitectura de la información, será concerniente al desarrollo de contenido estructurado para la experiencia de usuario, el modo en que se ordene la información ha de ser en consideración de cómo la gente procesa la información (Garrett, 2011).

Por tanto, puede entenderse como la forma en que la información será ordenada de forma coherente para presentarla al usuario, aportando de esta manera al diseño de interacción.

En este plano, tanto el diseño de interacción como la arquitectura de información, según Garrett, definirán los patrones y secuencias que se van a presentar a los usuarios (2011).

Aquí es donde empieza a tomar dirección el levantamiento de información realizado y la teoría.

Diseño persuasivo

Brian Jeffrey Fogg

Propone un modelo que llama FBM (Fogg Behavior Model) con el cual busca expresar como nosotros, siendo usuarios, somos capaces de llegar a ciertos comportamientos, el qué nos incentiva a esto, a través de la persuasión.

Si bien, su modelo está pensado para productos, los conceptos que propone son bastantes utilizados para el desarrollo de interfaces persuasivas y nos permitirán entender cómo podemos orientar determinados comportamientos en las personas.

Fogg plantea que, sin entendimiento de la psicología humana, específicamente los factores que conducen el comportamiento humano, los diseñadores de experiencias estarían solo adivinando una solución (Fogg, 2009).

Este modelo de comportamientos consta de 3 elementos claves, los cuales son; motivación, habilidad y triggers (gatillantes). Y también un comportamiento objetivo, que es lo que se quiere lograr con esto.

Brian Jeffrey Fogg dice que para que un comportamiento objetivo ocurra, deben estar estos tres elementos presentes al mismo tiempo, debe haber suficiente motivación, suficiente habilidad y un gatillante efectivo (2009).

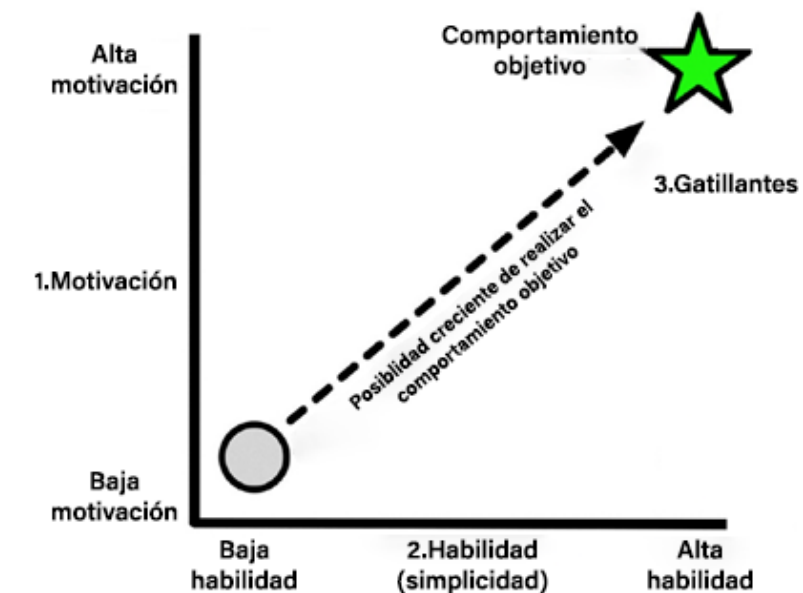


Figura 5, Fogg Behaviour Model, (Fogg, 2009)

En la Figura 5 es posible observar cómo es el modelo de Fogg, este presenta dos ejes, uno para la Motivación y otro para la Habilidad.

Fogg dice que este modelo no tiene unidades de medida, ya que es meramente conceptual, para representar solamente relaciones entre los componentes (2009).

El comportamiento objetivo que se quiere lograr está en el centro, el cual está representado por una estrella. La posición de esta es simbólica, a modo de sugerir que alta motivación y habilidad son necesarias para alcanzar el comportamiento objetivo (Fogg, 2009).

También aparecen los triggers cerca del comportamiento objetivo, con la intención de dejar en claro que es necesario que estén presentes para que se cumpla con este.

Aunque, Brian Jeffrey Fogg dice que estos dos elementos (triggers y comportamiento objetivo) podrían estar en cualquier parte del plano (2009).

Esto último, se debe a que tanto comportamiento como habilidad pueden persuadir un comportamiento si son lo suficientemente altos.

Para explicar esto, da el ejemplo de comprar un auto. Si yo, como persona, tengo baja motivación para comprar un auto, pero me ofrecen un auto a un dólar, de seguro lo compraría, porque mi habilidad para pagar un dólar es alta.

En cambio, en otro ejemplo, si para poder suscribirme a las noticias de un diario necesitaré resolver un problema matemático difícil, seguramente no lo haría, partiendo con una motivación baja y además una habilidad aún menor para llevar a cabo esta tarea. Pero, si por resolver el problema además me dieran 10.000 dólares, mi motivación inmediatamente subiría, y buscaría maneras de resolver el problema por difícil que sea (Fogg, 2009).

Pero, dice Fogg, en la mayoría de los casos no es así, las personas normalmente tienen niveles moderados de motivación y habilidad, los cuales pueden ser manipulados.

Para esto son necesarios los triggers, sin su presencia en este plano no es posible que un comportamiento objetivo ocurra, por muy alta que sea la motivación y la habilidad de alguien (Fogg, 2009).

Puede que una persona sea completamente capaz de hacer algo, y aún más, realmente tenga muchas ganas de hacerlo, pero si no existe algo que lo haga empezar a hacer tal acción, nunca lo hará. Un trigger es el encargado de que tal acción (comportamiento objetivo) ocurra.

Estos pueden tener cualquier forma, pero deben contar con tres características (Fogg, 2009);

1. **Nos damos cuenta de ellos.**
2. **Los asociamos con un comportamiento objetivo.**
3. **Ocurren cuando estamos motivados y podemos hacer tal comportamiento (Timing).**

El **umbral de comportamiento** es otro concepto el cual, puede ser representado como una curva que corta el plano en la mitad, desde la esquina superior izquierda a la esquina inferior derecha, y sirve para representar si es que un trigger es efectivo o no.

Cuando la combinación de motivación y habilidad, y el trigger es suficientemente efectivo para hacer a una persona llegar al comportamiento objetivo, pondrá a la persona sobre el umbral.

Si es que se está bajo el umbral, significa que el trigger no fue capaz de llevar al usuario hacia el comportamiento objetivo (Fogg, 2009).

Motivadores claves

Fogg plantea 3 tipos de motivadores claves, cada uno con dos lados, que servirán para potenciar la motivación de un usuario.

1. **Placer/Dolor:** Es inmediato, no hay mayor raciocinio, la gente responde a lo que pasa en el momento.
2. **Esperanza/Miedo:** Está caracterizado por la anticipación, de algo bueno (esperanza) o algo malo (miedo). Como, por ejemplo, empezamos a hacer algo con la esperanza de obtener algo a cambio, o como actuamos por miedo.
3. **Aceptación social/Rechazo:** Hace alusión a nosotros como personas sociales, queremos ser aceptados en la sociedad, siendo la aceptación o rechazo que provenga de lo demás lo que nos motiva a actuar de cierta manera.

(Fogg, 2009, Pág 4)

Elementos de simplicidad (Habilidad)

En términos de mejorar la habilidad de una persona para poder de esta forma superar el umbral de persuasión, Fogg dice que las personas son mayormente perezosas cuando de aprender algo nuevo se trata, es por esto por lo que los productos que requieren del usuario aprender a usarlos tienden a fallar.

Para abordar este posible problema de habilidad que podrían tener los usuarios, Fogg propone hacer los comportamientos objetivos fáciles de lograr, es decir, lograr la simplicidad en estos.

Fogg plantea **6 elementos de la simplicidad**, los cuales interactúan entre sí, y deben funcionar todos en su conjunto para ser efectivos. También destaca que la simplicidad ha de variar según la edad, por lo que es importante tener claro el grupo objetivo al que nos dirigimos antes de diseñar.

1. **Tiempo:** Si el comportamiento objetivo que se quiere lograr requiere tiempo que no tenemos, deja de ser simple.
2. **Dinero:** Dependiendo de la cantidad de dinero que tenga un usuario es como se verá afectada su capacidad de lograr el comportamiento objeto, en base a cuánto de este sea requerido.
3. **Esfuerzo físico:** Cualquier comportamiento objetivo que requiera un gran esfuerzo físico será difícil, por tanto, es importante mantener este en lo más mínimo.
4. **Ciclos cerebrales:** Está relacionado con el pensamiento, si es que un comportamiento objetivo requiere hacernos pensar demasiado se volverá tedioso.
5. **Desviación social:** Tiene que ver con ir en contra de las normas sociales, si se nos pide hacer algo que no sea socialmente aceptado deja inmediatamente de ser algo simple.
6. **No rutinario:** Los usuarios normalmente tienden a encontrar simpleza en las acciones rutinarias, si nuestro comportamiento objetivo no está relacionado con nuestras rutinas tienden dejar de ser simples.

(Fogg, 2009, Pág 5-6)

Tres tipos de triggers

Un trigger es un gatillante o llamado a la acción para realizar determinado comportamiento, son esenciales para que esto suceda y Fogg plantea tres tipos de ellos.

1. **Spark (Centellante):** Motiva un comportamiento, utilizando los principios de los 3 tipos de motivadores claves mencionados anteriormente.
2. **Facilitator (Facilitador):** Hace que un comportamiento sea más fácil, dejándoles claro a los usuarios que una tarea es simple de hacer.
3. **Signal (Señal):** Se utiliza cuando el usuario tiene suficiente motivación y habilidad, funcionando principalmente como un recordatorio.

(Fogg, 2009, Pág 6)

6. Marco teórico vs Levantamiento de información

Marco teórico vs levantamiento de información

Habiendo levantado suficiente información para contrastar con el marco teórico, a continuación, voy a generar los vínculos para comprender el lugar que toman las emociones en la experiencia de usuario y así componer una estructura capaz de generar una experiencia emocional en los jugadores de videojuegos.

Los videojuegos en sus inicios fueron considerados como medios para entretenerse donde se incentivaba a los jugadores por medio de principalmente los niveles visceral y conductual (Donald A Norman, 2005), no había una complejidad mayor como la que otorga el nivel reflexivo, el cual es cada vez más presente en gran parte los videojuegos que están apareciendo en la actualidad.

Pero por mucho que el recurso de la emocionalidad es utilizado por algunos desarrolladores de videojuegos, no siempre es efectivo, llegando incluso a lograr un efecto contrario al deseado.

Lo cual cobra sentido, ya que al llevar a cabo esta investigación pude darme cuenta de que no hay mayor desarrollo en esta área, el diseño de experiencia de usuario tiene un foco muy arraigado en el desarrollo de productos y plataformas digitales, manteniendo una vista muy estrecha en dirección a la comercialización y responder a las necesidades del usuario en relación nuestro producto.

Es tan así que la experiencia de usuario que mencionan autores dedicados a esta disciplina, como Donald A Norman y Jesse James Garret, siempre la relacionan con un “producto”, concepto utilizado constantemente como materialización final en torno a la que girará toda la experiencia del usuario.

Si bien, como dije anteriormente, el uso de la emocionalidad para incentivar comportamientos en usuarios existe, está acotado a ser una simple característica que suma valor al producto.

Pero ¿qué pasa cuando no hacemos enfoque en este, sino el desarrollo de la experiencia del usuario como finalidad?

Mihaly Csikszentmihalyi habla de que la experiencia óptima, o de flujo, ocurre cuando recibimos un feedback constante sobre lo que estamos haciendo, validando nuestras acciones y fortaleciendo nuestra personalidad (1996), por tanto, una experiencia significativa siempre va a tener su recompensa en el desarrollo de esta y no solo en el final.

El producto siempre va a ser importante, ya que es la materialización de todos los deseos y procesos que un diseñador lleva a cabo, pero dándole mayor valor a la experiencia, sumándole valor a la parte más sensible que todos poseemos, las emociones.

Es por esto por lo que para esta investigación me parece importante desprenderme de esta focalización que el diseño de experiencia de usuario tiene en el producto, y desarrollar mi objetivo completamente en la experiencia inmaterial.

Ya que, al posicionarme dentro del mundo de los videojuegos, cobra mayor importancia el otorgar una experiencia grata y significativa a un usuario quien acepta la invitación a vivir algo completamente nuevo y desconocido, en primera instancia, para ellos.

De ahí mi intención de ubicar la emocionalidad en los niveles más conceptuales y abstractos que plantea Jesse James Garret como lo son la capa de estrategia, alcance y estructura.

Entendiendo la emocionalidad y cómo los usuarios la experimentan en los videojuegos, es más factible poder articular los elementos de la experiencia que nos pueden llevar en la dirección deseada.

La emocionalidad habita en las personas, es por esto que el videojuego será la interfaz, que a través de la interacción y estructuración de sus diversos elementos sera el encargado de estimularla.

Entonces, para poder entender cómo los usuarios experimentan la emocionalidad en un mundo u otro, primero es necesario establecer las diferencias del plano en que todo esto se desarrolla, ¿qué es un videojuego y que lo diferencia del mundo real?

Videojuego, Mundo Virtual y Flujo

En base a lo dicho anteriormente, voy a definir al mundo planteado por un videojuego, como el cual donde se desarrolla toda la historia de este y con el cual el jugador puede interactuar.

Donald A Norman dijo que, gracias a la sensación de participación (en los videojuegos), el estado de flujo es más intenso (2005) y esto tiene mucho sentido si sabemos que para que el flujo ocurra es necesario que la persona tenga control de conciencia.

El videojuego predispone el flujo debido a que otorga control directo al jugador sobre el mundo y modula los ejes de desafío y habilidad para hacerlo efectivo.

El desafío va a ser planteado por los desarrolladores del videojuego, pero muchos de estos vienen con la opción de poder adecuarlo según sus habilidades, por este motivo estos dos ejes del flujo son más fáciles de modular en un videojuego, aunque no siempre ha de ser así, es por esto que se necesita aplicar un buen diseño de experiencia, para así conocer las capacidades del usuario.

En cuanto al control de la conciencia para acceder al estado de flujo, hay distintos factores que un videojuego que facilitan esto.

1.

Existe síntesis corporal (Merleau-Ponty, 1966; Botelho, 2008) la cual permite que se entienda el mundo virtual como un solo objeto generador de experiencias, evitando sobrecargar al jugador de información a causa de los múltiples elementos, de diverso tipo, que el mundo virtual contiene.

De este modo la atención del jugador se centra en los objetivos que disponga el videojuego y por otro lado los elementos que conforman el videojuego estimulan al jugador de una manera en que este no se distrae con ellos, dando lugar a los niveles de diseño emocional para condicionar al jugador.

2.

En un videojuego somos un participante activo (Norman, 2005) tenemos control, somos necesarios para que todo funcione y somos capaces de superar los obstáculos que se nos presentan con gran seguridad.

Principalmente por esto se facilita muchísimo más la comodidad del jugador dentro del mundo virtual y así su sensación de control.

La gran mayoría de los entrevistados dicen acudir a los videojuegos por diversión o modo de escape de la realidad, el mundo virtual que estos les ofrece es una oferta mucho más atractiva que la cotidianidad, pudiendo explicarse a partir de lo dicho anteriormente, además de la entretención que este les entrega.

3.

La estructuración de un mundo virtual contará con bases similares a las que conforman el mundo real, analizándolo desde lo expuesto por Maurice Merleau-Ponty, en los siguientes aspectos.

Toda conciencia es conciencia de algo, por ello, así como las cosas e ideas que existen en el mundo real les fue dado sentido por otras personas, en los mundos virtuales se repite este fenómeno (Merleau-Ponty, 1966; Botelho, 2008).

Además, gracias a la modulación sincrónica de la que habla Maurice Merleau-Ponty (Merleau-Ponty, 1966; Botelho, 2008), es como las temáticas más lejanas de la realidad en los videojuegos funcionan sin problemas.

El videojuego establece un conjunto de normas y reglas que han de funcionar solamente dentro de su mundo virtual y el jugador, predispuesto a lo que el videojuego tiene para ofrecer, las acepta como su realidad mientras juega, de esta forma por muy distinto que sea la realidad, el jugador no sentirá extrañeza al interactuar con este nuevo mundo, se adapta rápidamente a este.

Esto ayuda a generar familiaridad con el mundo virtual fácilmente e inmediatamente crear una conexión con el jugador.

Los jugadores buscan conectar con el videojuego y sus elementos, logrado esto es muy fácil, considerando recién planteado, lograr un estado de flujo.

Es por este motivo que la emocionalidad es tan importante, ya que según lo visto en los resultados de las encuestas, provoca que los usuarios generen un vínculo con el mundo virtual y queden inmersos en este.

Emocionalidad y experiencia de flujo en un videojuego

Como quedo mencionado con lo anterior, un videojuego esta predispuesto al flujo, pero solo si es capaz de lograr que el jugador decida jugarlo.

La emocionalidad es elemento clave de toda mi investigación, y como dije en el punto anterior, es esencial para provocar inmersión en el jugador.

En los resultados obtenidos en las encuestas, la gran mayoría de los jugadores estuvieron de acuerdo en que la emocionalidad es un elemento muy importante para su experiencia en un videojuego ya que los permite conectar con los personajes y otros elementos del mundo virtual.

La emocionalidad de entendida de forma simple, corresponde a la presencia de interacción entre emociones.

Definir las emociones como algo es difícil, pero reconocer su influencia sobre nosotros es clara.

Las emociones para Plutchik sirve de mecanismo de supervivencia en base a la reacción rápida de estímulos percibidos en el entorno, y para Norman son un elemento dador de sentido a un elemento del entorno que permite generar un sistema de juicios para distinguir entre bueno y malo.

Nos ayudan a interpretar el mundo con cual interactuamos y nos hacen sentir de formas determinadas según que emoción estemos experimentando.

La emocionalidad en una experiencia, por tanto, lo definiré como el estado afectivo en que se encuentre un sujeto en determinado momento, pudiendo este ser como ya sabemos, positivo o negativo.

El estado afectivo ha de definirse a partir de las 8 emociones principales que plantea Robert Plutchik en este caso, las cuales han de ser interpretadas por un sujeto a partir de los 3 niveles de procesamiento cognitivo que tiene el cerebro, siendo estos visceral, conductual y reflexivo, influenciando la percepción que este tiene sobre el mundo en el cual se desenvuelve, para el videojuego es un mundo virtual.

Los estímulos relacionados a cada emoción en la experiencia han de tener que ser definidos en base a un levantamiento enfocado al público que se apunta, en el caso de mi investigación, para reconocer que estímulos son necesarios para incentivar una emoción en específico sera necesario levantar información de los jugadores para el videojuego el cual se ha de desarrollar.

Por este motivo, el reconocer como se relaciona el grupo de jugadores de un videojuego con las 8 emociones principales es muy necesario para poder articular los estímulos que estos requieran para vivir una experiencia emocionalmente cargada y creada para ellos.

La gran mayoría de los jugadores dicen sentirse motivados a seguir jugando un videojuego principalmente si este tiene una buena narrativa que lo haga conectar con el mundo virtual y los personajes de este, dandose esto a partir de la carga emocional.

La narrativa del videojuego corresponde al nivel reflexivo, ya que requiere ser interpretada y reflexionada, esta definida por los desarrolladores del videojuego así no puede ser alterada por el jugador.

Pero también se puede ver que, si falla algún aspecto del juego, como es la jugabilidad, la fluidez del juego, si es aburrido, dejarán de jugarlo y lo abandonaran como muchos jugadores mencionaron en las encuestas.

Lo que tiene relación con el nivel conductual, el que al parecer es vital para mantener al jugador en contacto directo con el videojuego y así evidenciar su historia, además otros elementos, y además la consideración de los ejes de desafío y habilidad que son parte del flujo.

Un juego muy difícil hace a un jugador perder el interés rápidamente en un videojuego, y también si es que este mismo es demasiado fácil y repetitivo.

Por otro lado, si el jugador no se siente atraído visceralmente por el videojuego quizás quisiera se anime a jugarlo, la música fue un elemento que tuvo gran cantidad de votos como elemento en que los jugadores encontraban alta carga emocional.

También hay elementos de diseño gráfico y dirección de arte en este nivel que son esenciales para llamar la atención de las personas.

Por tanto, si el nivel reflexivo está funcionando bien, pero no hay un buen desarrollo a nivel conductual, el videojuego no logrará un impacto lo suficientemente significativo para cautivar al jugador.

Y de igual manera si fallara otro nivel o múltiples, para que el objetivo del juego se pueda cumplir y llamar la atención del jugador es necesario que todos los niveles, visceral, conductual y reflexivo funcionen en armonía.

Diseño emocional y experiencia de usuario

Si el ser humano no hubiera evolucionado sería suficiente considerar solamente como las propone Robert Plutchik, pero debido al desarrollo de nuestra conciencia es que la complejidad de estas es enorme.

Para Donald A Norman las emociones son nuestra primera instancia de contacto con el entorno, las cuales en su conjunto forman un sistema de juicios, el afecto (2005).

El afecto tendrá estrecha relación e influencia con nuestra percepción, demostrando que como vamos entendiendo el mundo que nos rodea, ya sea real o virtual, siendo influenciado directamente por las emociones y los niveles visceral, conductual, reflexivo (Norman, 2005).

Como quedó expuesto en el marco teórico el afecto puede ser positivo o negativo, incluso a veces neutro, provocando una predisposición sensible en el modo que percibimos nuestro entorno.

El afecto va a definirse en base a como interpretemos los estímulos del entorno a partir del nivel visceral, conductual y reflexivo, por tanto en un videojuego va a muy propenso a ir cambiando, debido a la gran cantidad de estímulos preparados para el jugador.

En el nivel visceral está la representación material o visual de un estímulo, el que percibimos de forma instintiva.

En el nivel conductual está el cómo interactuamos a partir del estímulo, el control funcional que tenemos sobre este.

En el nivel reflexivo está el cómo interpretamos en estímulo, el significado que le damos en base a la reflexión conciente.

El modelo de Jesse James Garret permite reconocer como se compone una experiencia. A partir de este es posible empezar a ubicar en que capas de este usuario interactúa con los visceral, conductual y reflexivo.

El diseño de experiencia permite reconocer estos estímulos, estructurar la experiencia a partir de ellos. siendo complementado con el diseño emocional el cual da la forma requerida para condicionar emocionalmente la experiencia del usuario.

Aplicado a un videojuego, hay que reconocer donde se ubican los elementos con carga emocional alta reconocidos por los usuarios en la estructura de experiencia de usuario de Jesse James Garret.

De los resultados obtenidos en las encuestas, puede verse cómo los jugadores encuentra mayor carga emotiva en la Historia que el videojuego propone, estando está vinculada con lo reflexivo, ya que posee mayor complejidad en cuanto a preparación y desarrollo, es necesario experimentarla de forma continua y además procesarla de forma consciente para entenderla, nos hace pensar y empatizar desde nuestros propios conocimientos y vivencias, ya que en un videojuego se posiciona como elemento vital para avanzar e ir desbloqueando nuevos elementos del juego.

Además, les da identidad a los demás niveles inferiores, y con esto, a los diferentes elementos estimulantes que componen el mundo virtual.

Si intentáramos entender la historia de un videojuego solo desde la visceralidad o lo instintivo, donde se ubica Robert Plutchik, probablemente ni siquiera entenderíamos el mensaje que nos quieren transmitir. Pero como en el nivel reflexivo se ubica nuestra personalidad, nuestras memorias, etc., es posible recurrir a todos esos recursos para entender, a modo más personal e interno, lo que el juego quiere decir.

Y no se reduce solo a la historia, todos los otros elementos que conforman un videojuego recurren al nivel reflexivo, pero nunca de una forma tan directa y notoria como la historia.

El hecho de que la jugabilidad y la música hayan tenido alta consideración por los jugadores como elementos emotivos no es sorpresa tampoco, ya que ambos tienen influencia muy marcada de niveles específicos del diseño emocional, como es el conductual en la jugabilidad y visceral en la música.

Conductual en la jugabilidad debido principalmente por las bases que este nivel tiene en la usabilidad y la función, viéndose reflejadas en la fluidez con que el jugador interactúa con el videojuego, si la jugabilidad funciona bien y las herramientas entregadas para que use son suficientes el nivel conductual estará bien estimulado.

En cuanto a la música destacándola como un elemento visceral por las sensaciones que nos ocasiona al escucharla, de una forma que no toma total protagonismo en el objetivo directo del juego.

Y a pesar de que podríamos analizar tanto jugabilidad como música desde los 3 niveles de procesamiento de información, al estar estos insertos en el videojuego, donde ocurre como dije anteriormente una síntesis corporal, el grado de importancia que cada uno de los niveles dependerá completamente de la intención final del videojuego y cómo construimos la estructura de experiencia de usuario.

Flujo en la experiencia

Algunos jugadores en las encuestas mencionan como elemento el cual les hacía dejar de jugar un videojuego los sucesos de la vida real, tanto tiempo como problemas personales, eso es algo que para lo que esta investigación compete, no podemos abordarlo directamente, pero sí podemos distraer mediante de la inmersión emocional a un jugador de sus problemas de la vida real, y muchos jugadores cuentan con esto, ya que como es posible ver con los resultados de las encuestas, gran parte de ellos buscan escapar del mundo real en busca de la diversión que un videojuego puede otorgar.

Aunque, también es posible encontrar caos dentro de un mundo virtual, si es que no se modula bien la experiencia emocional.

Para entender el control que otorga un videojuego, en relación con la experiencia de flujo, en primer lugar, es necesario entender las intenciones y la atención, planteadas por Mihaly Csikszentmihalyi.

Debemos diseñar en torno a las intenciones, ya que estas dan información sobre como una persona ordena la información (Csikszentmihalyi, 1996).

Si se entiende como el jugador ordena la información según su percepción es posible crear experiencias que sean familiares para este, le den seguridad sobre lo que está pasando, aplicado a cada nivel de diseño emocional.

Esto va a estar relacionado con entender a nuestro público objetivo, y por tanto en la capa de estrategia y alcance de Garret.

A través del modelo de Jesse James Garret, en la primera capa de estrategia, se enfoca, en primera instancia, en reconocer necesidades del usuario.

La capa de alcance esta encargada de reconocer como organizar estas necesidad y corresponderlas.

La atención va a estar puesta en las metas del videojuego, como fue mencionado anteriormente, este tiene un inicio y final, incentivando de esta forma que avance en la narrativa del videojuego y así experimente lo que debe ofrecer.

La existencia de metas en los videojuegos le dan seguridad sobre lo que debe hacer, y guían su atención, y su experiencia de juego, evitando que se pierda en la duda del qué hacer. Para que la experiencia emocional no tenga fugas es necesario definir metas claras, reafirmando el control del jugador sobre el mundo virtual.

En los videojuegos estas pueden verse representadas como misiones, logros, etc.

Por tanto, nuevamente podemos ver como el videojuego cumple con elementos del flujo, para el control de la consciencia, y esto complementa por qué Donald A Norman dice que el flujo es más intenso en los videojuegos (2005).

La personalidad, según plantea Mihaly Csikszentmihalyi, al incluir las intenciones, recuerdos, y básicamente el Yo de un jugador, ha de ser considerada en las capas de estrategia y alcance.

En primer lugar, para casos específicos de la creación de videojuegos, es necesario entenderla antes de entrar a diseñar una experiencia para poder corresponder a las necesidades y expectativas de los jugadores, para lo que hay que poseer esta información sobre el grupo objetivo que apuntamos.

Pero también, como característica de jugador, la personalidad es alimentada por nuestros logros dentro de un videojuego y la sensación de superar un gran desafío.

Los jugadores dicen que lo que los motiva a terminar un videojuego es poder saber que pasa al final de la historia y el desarrollo de personajes, y además mencionan que el hecho de haber terminado el juego en sí mismo los hace sentir bien, una sensación de cumplimiento por superar un desafío, ya que este los esta desafiando constantemente y poniendo a prueba sus habilidades, y como sabemos, la finalidad del flujo implica un crecimiento a nivel personal

Sumado a esto muchos jugadores dijeron en las encuestas que un juego se vuelve memorable cuando su historia y jugabilidad es buena, y algunos profundizaron aún más en esto diciendo que tras cumplir con esto un juego es memorable porque deja marca en ellos, se vuelve algo único e inolvidable, gracias a las experiencias que vivieron en este.

Norman menciona que para desarrollar sentimientos emocional verdaderos es necesario estar expuesto a interacción continua y prolongada (2005), así que esto toma sentido al relacionarlo con estos resultados.

De esta forma los 3 niveles de diseño emocional desarrollados en un videojuego, hace de la experiencia de un jugador algo relevante y memorable, a través de la interacción emocionales y cómo el afecto influye en la manera que el usuario aborda cada parte del videojuego.

Así la emocionalidad persiste en la memoria de los jugadores, y hace que valoren la experiencia vivida.

Lograr que un videojuego sea memorable para los jugadores es algo que el flujo permite, ya que articula una experiencia de gran disfrute para los jugadores, haciéndolos crecer personalmente y permitiendo que estén inmersos en este.

La emocionalidad, por lo que hemos podido ver, permite facilitar la inmersión, direccionado al jugador a la experiencia de flujo que el videojuego tiene preparada, de esta forma emociones y flujo interactúan entre sí para generar un impacto tremendo en un jugador.

Es importante distinguir el placer y el disfrute que una experiencia pueda entregar, como dice Mihaly Csikszentmihalyi, el placer se genera de lo superficial e instintivo y no requiere energía psíquica, por lo que funciona principalmente dentro del nivel visceral, pero el disfrute tiene que ver con lo inesperado que nos causa satisfacción, es algo nuevo para nosotros que nos hace sentir superación, por tanto requiere la complejidad del nivel reflexivo (1996).

El flujo se trata de disfrute, y la integración de emociones en la experiencia ayuda a activar la parte cognitiva del jugador, gracias al nivel reflexivo, requiriendo que sí exista energía psíquica de parte del jugador, completando al eje de desafío y habilidad.

Un videojuego muy difícil hace a un jugador perder el interés rápidamente en el mismo, y también si es que este mismo es demasiado fácil y repetitivo.

Además, sumado a esto, si es que la emocionalidad no está bien aplicada el jugador no conectará el mundo virtual ni sus personajes, sin poder lograr la inmersión y en casos mayores, no querer jugar al videojuego.

Como hemos podido ver según las opiniones de los jugadores, la emocionalidad hace que conecten más con un videojuego e interioricen su experiencia en el mundo virtual.

Un videojuego bien hecho y con una emocionalidad efectivamente aplicada, y que considera las necesidades y frustraciones de su público objetivo, queda pre-dispuesto al flujo.

Como he expuesto anteriormente, en un videojuego a diferencia de la vida real ofrece un espacio donde el jugador tiene control sobre lo que sucede, y lo dota de capacidades que lo ayudan a lograr esto, además de ponerlo en lugar de vital importancia para el mundo virtual en que todo se desarrolla.

Analizando los **8 componentes de la fenomenología del disfrute** (Csikszentmihalyi, 1996) en relación con este caso óptimo, podría entenderse de la siguiente forma;

1. La experiencia suele ocurrir cuando nos enfrentamos a tareas que tenemos al menos una oportunidad de lograr.

Las tareas u objetivos que el juego propone son logrables ya que el videojuego proporciona las herramientas necesarias para que así sea debido a que es necesario que así sea para progresar en la narrativa.

2. Debemos ser capaces de concentrarnos en lo que hacemos.

Al estar inmersos en el videojuego nuestra concentración está totalmente puesta en este. Como mencioné antes, hay muchos elementos de un videojuego que captan nuestra atención.

3. Normalmente la concentración es posible porque la tarea emprendida tiene las metas claras.

Las metas del videojuego son claras, las misiones, objetivos y logros a realizar están bien expuestos y claros.

4. La tarea emprendida nos ofrece una retroalimentación inmediata.

Nuestro progreso y acciones tienen un feedback inmediato que se ven reflejados en recompensas, respuestas a nuestra acciones o desarrollo en la narrativa del videojuego.

5. Uno actúa sin esfuerzo, con una profunda involucración que aleja de la conciencia las preocupaciones y frustraciones de la vida cotidiana.

El videojuego puede modular su nivel de desafío en relación a la habilidad del jugador, de esta manera ayuda a generar una inmersión efectiva y el jugador puede concentrarse solamente en disfrutar el videojuego y entretenerse.

6. Las experiencias agradables permiten a las personas ejercer un sentimiento de control sobre sus acciones.

Los ejes de desafío y habilidad se adaptan al jugador y a través de los elementos emocionales se induce al disfrute.

Además al tener gran control sobre el mundo virtual, se siente más seguro.

7. Desaparece la preocupación por la personalidad, aunque, paradójicamente, el sentimiento acerca de la propia personalidad surge más fuerte después de la experiencia de flujo.

El jugador se pierde en el personaje y lo siente como si fuera el mismo, tomando las fortalezas de este como propias, al igual que los logros que este cumple dentro del videojuego, debido a la conexión entre ambos.

8. El sentido de la duración del tiempo se altera; las horas pasan en minutos y los minutos pueden prolongarse hasta parecer horas.

El disfrute es tal que el jugador pierde la noción del tiempo mientras juega, un jugador de videojuegos puede jugar por horas.

El flujo, junto a todas sus estipulaciones y componentes, es el ideal de experiencia que cualquier persona puede tener, ya que provoca que estemos en constante disfrute, y una vez terminada esta experiencia la persona siente un crecimiento en su personalidad, aprende y se desarrolla.

Los videojuegos dan lugar a muchos elementos del flujo, los cuales bien propuestos pueden fácilmente dirigir a un jugador a una experiencia óptima.

Sumando la emocionalidad a esto, además, enriquece la complejidad cognitiva y emocional del jugador, ayudan a dirigirlo a la inmersión y con esto también al flujo.

Los videojuegos en sus inicios se utilizaban elementos principalmente viscerales para llamar la atención de los jugadores y hacernos alucinar con juegos luces, colores, o movimientos rápidos como menciona Norman (2005), pero ahora eso no basta para sorprender a los jugadores, la existencia de grandes estudios de desarrollo de videojuegos AAA (gran costo de desarrollo) crean gran expectativa entre el público, a causa de la complejidad que entregan con sus productos finales, pero muchas veces ni estos se salvan de la crítica, siendo rápidamente descartados por los jugadores.

Y por otro lado estudios independientes que con un menor presupuesto entregan juegos variados con mayores libertades creativas, captando un público más específico, sin llegar a destacar tanto como las grandes empresas de videojuegos.

Hay jugadores de todo tipo, con distintos gustos, preferencias de géneros o jugabilidades, pero con lo que he podido levantar de información con investigación, todos concuerdan en que el poder conectar emocionalmente con el mundo virtual que propone un videojuego suma gran valor a su experiencia, y los motiva a jugar un videojuego hasta el final.

Un videojuego memorable para los usuarios es capaz de dejar marca en ellos y generar una conexión emocional entre ellos y un mundo virtual donde una vez habitaron, de una forma u otra.

El potencial de los videojuegos para transmitir sensaciones es enorme, y bien utilizado es posible rescatar lo humano en lo virtual, ayudando a los jugadores a que al terminar un videojuego no solo sea uno menos de la lista que jugar, si no que se vuelva algo significativo a nivel emotivo, que los haga sentir y desarrollar la parte más humana dentro de un mundo estructuralmente artificial. Nuestras emociones, de estar forma, pueden convertirse en nuestra mejor herramienta para enfrentar cualquier desafío, a nivel sensible, que la realidad pueda presentarnos.

La emocionalidad es un valor agregado a una experiencia, que puede potenciar enormemente el disfrute de un jugador de videojuegos, además de mantenerlo pesando activamente de forma consciente mientras recurre a sus emociones para enfrentarse a un mundo lleno de obstáculos.

El poder crear vínculos con el mundo virtual de un videojuego y sus personajes reafirma la importancia que tiene el jugador para que este funcione, y solo de esta forma un videojuego está realmente completo.

Así como el diseño de experiencia de usuario gira en torno del usuario, en un videojuego debe girar en torno a sus jugadores, con propuestas propias y únicas sí, pero considerando la importancia que tiene un jugador junto con sus necesidades y frustraciones.

Decidí abordar este proyecto desde la disciplina del diseño de experiencia de usuario, sobre el diseño de videojuegos, ya que si bien ambos pueden llegar a considerar elementos comunes para trabajar la emocionalidad, el enfoque que le da el diseño UX es complementario en las personas, lo cual es más pertinente, en cuanto se trata de conocer a los jugadores, y más allá, a las personas. Reconocer lo importante a partir de a quienes realmente les interesa.

Con mi proyecto quiero proponer puntos de entendimiento sobre cómo la experiencia emocional se va generando, partiendo por entender al usuario, al jugador en este caso, y hacerlo parte del proceso de creación como pieza clave.

Teniendo como finalidad que pueda ser usado como base para la creación de experiencias emocionales en los videojuegos, y quizás incluso con unos ajustes ser aplicado como estructura de desarrollo de experiencias emocionales en otros contextos, pero para este caso manteniéndolo dentro de los mundos virtuales.

Conclusiones preliminares

Habiendo podido comprobar la importancia de la emocionalidad en los videojuegos para los jugadores, además de sus motivaciones y frustraciones, entre otros datos, sumado al marco teórico que utilice, con mi proyecto veo factible el poder condicionar experiencias emocionales en los jugadores de videojuegos, y con esto aportar a enriquecer su experiencia y desarrollo emotivo.

En este momento puedo reconocer la gran importancia que toma el nivel reflexivo para los jugadores de videojuegos, corroborando con esto el cómo esta comunidad se ha vuelto más exigente al momento de evaluar el impacto de un videojuego.

Ya no basta solo con desarrollar solamente el nivel visceral y conductual, los jugadores quieren complejidad cognitiva, por tanto el foco ha de centrarse que reconocer qué nos ayuda a obtener esta información.

La emocionalidad es algo que parece darse por sentado en la gran mayoría de los videojuegos, ya que las emociones son algo innato del ser humano todos tenemos cierta noción de cómo puede hacernos sentir cierta situación, pero esto está lejos de ser algo completo.

El abordar desde el diseño la emocionalidad en las experiencias de los jugadores me sigue pareciendo esencial para hacer presente la sensibilidad de las personas y el experimentar diversas emociones que den más valor a una actividad tan común entre jóvenes y algunos adultos como es el jugar videojuegos.

La comunidad de jugadores de videojuegos además parece compartir sus necesidades y frustraciones más allá del contexto en que cada uno como individuo habita, por esto veo muy posible poder tener un gran alcance con mi proyecto, creando una herramienta que sirve para muchos jugadores.

De todas formas, veo necesario el constante levantamiento de información por medio de distintos instrumentos enfocados a esto que pueda conocer un diseñador UX para complementar y validar ciertos puntos que mi proyecto propone.

Con mi proyecto encontraré cuales son los elementos claves para poder condicionar emocionalidad en la experiencia de los jugadores de videojuegos para poder luego con esta información generar herramientas de creación.

Descripción

Para mi proyecto generaré set de herramientas conceptuales para entender la emocionalidad en la experiencia de usuario, que señala los puntos sobre los cuales investigar y desarrollar, así poder estructurar una propuesta emocional.

Este contiene;

El **modelo de experiencia de usuario** propuesto por Jesse James Garret reconociendo los distintos niveles de procesamiento cognitivo y emocional que plantea Donald A Norman, como guía para entender que niveles se desarrollan, principalmente, cada uno de sus eslabones.

Un **modelo de inmersión emocional** en base al FBM de Fogg, que sirva para persuadir emociones, y por tanto emocionalidad, dentro de un videojuego. Reconociendo los elementos que conforman la emocionalidad y aplicando ejes del flujo para que la experiencia se mantenga dentro del disfrute.

Una **tabla de exploración de estímulos** en base a la expuesta por Plutchik, pero reestructurada a partir de los principios del diseño de experiencia de usuario con la intención de levantar información de primera mano a partir de los usuarios.

Ya que el diseño de experiencia de usuario requiere el levantamiento de información constante para cada grupo objetivo al que se apuntará, es necesario llevar a cabo este proceso para cada caso específico.

Mi set de herramientas solo marca directrices a seguir con el fin de hacer presente la emocionalidad de forma estructurada en una experiencia de usuario dentro de mundo virtuales, estableciendo los elementos conceptuales claves relacionados a las emociones a considerar para hacer esta posible, por tanto, si es que se quiere utilizar como herramienta de creación para un videojuego esta debe adecuarse al público y contexto pertinente como cualquier proceso de diseño de experiencia hace.

Objetivos del proyecto

Objetivo general

Crear un set de herramientas conceptuales que puedan ser utilizadas para integrar emocionalidad en la experiencia del jugador de videojuegos cómo usuario.

Objetivos específicos

1. Reconocer el perfil del jugador de videojuegos, entendiéndolo como el usuario de la experiencia emocional, a través de un levantamiento de información.
2. Ubicar los distintos niveles de diseño emocional en la estructura de experiencia de usuario de Jesse James Garret y su relación con la experiencia de un jugador de videojuegos.
3. Reorganizar y adaptar tabla de estímulos emocional , expuesta por Plutchik, dándole un enfoque a la recolección de información a partir de usuarios en relación a las emocionales principales consideradas en mi marco teórico.
4. Crear un modelo de persuasión con enfoque en la emocionalidad, a partir del FBM de Brian Jeffrey Fogg y la integración del *Flow* de Mihaly Csikszentmihalyi, para generar experiencias emocionales inmersivas en un jugador de videojuegos.

Metodologías

Para levantar un marco teórico que me permitió entender como la emocionalidad se conforma y nos afecta como personas utilice una metodología inductiva.

Mi primera intención a desarrollar con esta investigación fue el entender cómo se aplican las emociones en el diseño, y con la finalidad de darle una bajada más concreta lo relaciona con un campo en el cual estoy más familiarizado, el de los videojuegos.

A partir de esto decidí partir desde lo más básico y general, las emociones, lo que me llevó a Robert Plutchik. Esto me permitió definir un grupo de emociones principales con las cual trabajar, así como sus características y algo muy importante para mi investigación, el cómo hay ciertos estímulos predispuestos genéticamente a cada una de estas.

Luego, para completar la información obtenida, y comprender que lugar toman las emociones sobre el modo en el que los seres humano entienden su entorno, acudí a Maurice Merleau-Ponty, quien me dió información sobre la complejidad de la percepción humana y cómo esta es capaz de mutar por distintos factores.

Con la intención entender como el diseño aborda esto encontré el diseño emocional de Donald A Norman, quien fue clave para entender el modo en que las personas procesamos la información a un nivel cognitivo y además emocional, aplicado además las experiencias que surgen entre persona-objeto.

Para poder orientar la experiencia de un usuario hacia el disfrute, delimitando aún más los márgenes de este y que no fuera solo algo sin importancia, estudié el estado de flujo planteado por Mihaly Csikszentmihalyi, quien de forma clara me dió a entender lo que necesitaba para lograr una experiencia óptima.

Finalmente, como base para empezar a idear mi proyecto, acudí a ciertos autores conocidos dentro de la disciplina del diseño de experiencia de usuario, como lo son Jesse James Garret y Brian Jeffrey Fogg, quienes con sus estructuras y sus modelos me sirvieron de base para empezar a ordenar mis conceptos.

Además, para comprender la importancia de la emocionalidad en los usuarios, convirtiéndolos en parte importante de mi investigación, con el fin de identificar principalmente su experiencia propia como jugadores de videojuegos y la importancia y manera de relacionarse con la temática que desarrollé, utilicé una metodología de diseño llamada doble diamante, a través de la cual puede reconocer fase claves del proceso investigativo centrado en un usuario.

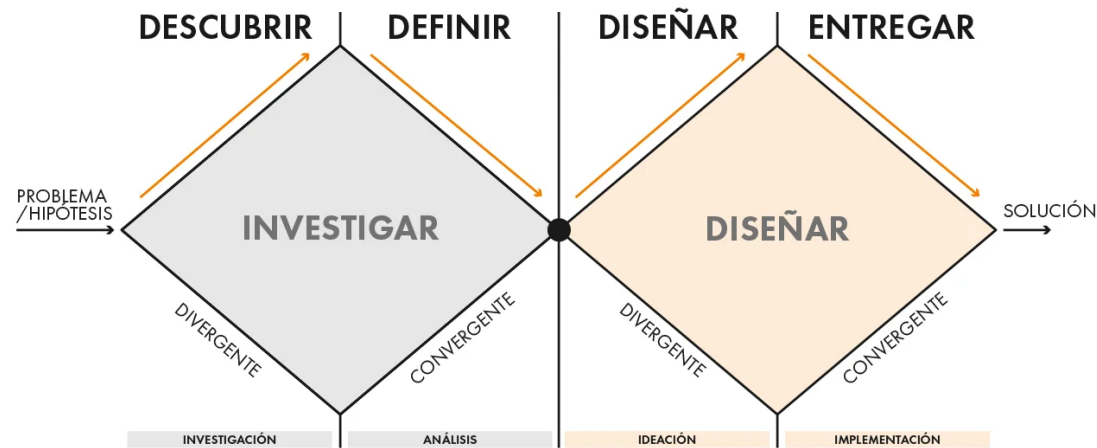


Imagen 7, Metodología doble diamante

Partiendo por el problema que tenía planteado, sumando la investigación conceptual del marco teórico.

Seguido por la etapa de descubrir, a partir de un análisis de referentes y un levantamiento de información a partir de usuarios, aplicando conceptos que levanté del marco teórico para formular preguntas simples a los usuarios.

Luego, contrastando con esto con el marco teórico a disposición, definir los conceptos con que trabajar para diseñar mi proyecto, que luego fue implementado a la estructura de experiencia de usuario de Garret para entender como la emocionalidad toma lugar en esta.

El usuario

El set de herramientas conceptual que desarrollé con mi investigación esta pensado para ser usado por profesionales del diseño de experiencias debido a su vasto conocimiento sobre herramientas levantar información de usuario pero a también es posible que cualquier persona que quiera partir a desarrollar este tipo de experiencias en videojuegos pueda guiarse con esto.

Pero para quien esta pensado todo, y en torno a quien ha de generarse la experiencia son los jugadores de videojuegos como comunidad virtual global.

Mi proyecto no plantea soluciones milagrosas que aplican a todos, ya que es imposible, es por eso por lo que decidí abordarlo desde la disciplina del diseño de experiencia de usuario, donde antes de empezar a crear es siempre necesario levantar información sobre el público objetivo con que se quiere trabajar.

Mis modelos conceptuales trabajan con elementos mutables según su contexto, como son las emociones, y como quedó expresado en mi marco teórico, estas cambian según diferentes factores como la forma en que se desarrolla la percepción de una persona, además de los distintos niveles del diseño emocional, los cuales son capaces de influir sobre como nuestra consciencia en interpreta los estímulos.

Pero sí planteo una base a considerar bastante primitiva y expuesta al cambio, como son las 8 emociones principales de Robert Plutchik, que plantean un punto de partida para entender la emocionalidad de un grupo humano pero requiere nuevamente de levantar información sobre el público objetivo para ver diferencias o similitudes, juntos con perspectivas más subjetivas.

Habiendo hecho estas aclaraciones, continúo describiendo al usuario.

Por una parte, está quien decida utilizar mis modelos conceptuales para experiencias emocionales, pudiendo ser desarrolladores de videojuegos de cualquier tipo, hasta un solo sujeto que quiera crear un mundo virtual, mi ideal es ofrecer una herramienta de fácil acceso y uso para quien se interese en la temática.

Por otro lado, están los jugadores de videojuegos, para quienes se quiere articular las experiencias emocionales.

A partir de la información levantada, los grupos etarios van de 15 a 46 años, pero bien podría esto variar de contar con un alcance mayor de levantamiento de información, aunque dudo que se alejará demasiado de los resultados obtenidos.

Fue posible ver que, a pesar de que fueron realizadas dos encuestas en distintos idiomas, donde hubo personas de nacionalidades bastante diferentes, en su gran mayoría todos concordaron en que la emocionalidad es un elemento importante para vivir experiencias significativas en los videojuegos.

Se pudo ver también cómo la comunidad de videojuegos se comporta de forma global, compartiendo gran parte de sus opiniones.

Como usuario esta comunidad de jugadores de videojuegos global se caracteriza por acudir a jugar videojuegos con el fin de querer entretenerse y alejarse de la realidad, además de valorar el poder formar conexiones con los personajes e historias de un mundo virtual.

Aprecian también el que los videojuegos proponen un desafío que sea posible de superar, y no haya monotonía, sino que un desarrollo narrativo complejo que los haga verse más inmersos en lo que está sucediendo en el videojuego.

Los jugadores de videojuegos quieren vivir experiencias memorables y que los marquen, experimentar buenos momentos que los hagan sentir conformes con el esfuerzo y tiempo puesto.

El contexto

En este caso va a estar dividido en dos, el mundo real y el mundo virtual.

Como explique anteriormente, el mundo virtual va a ser un espacio artificial en donde se desarrolla el videojuego, en este, el jugador acepta lo que sucede como realidad momentánea mientras esta interactuando con este y posee un control casi absoluto sobre el desenlace de los hechos que se desarrollan en la narrativa.

Por otro lado, está el mundo real, el cual todos habitamos y es incierto, el usuario puede o no tener control sobre sus decisiones o el como estas se han de dar, pero nunca al nivel que ofrece un videojuego, hecho por el cual muchos jugadores encuentran un lugar de relajación y entretenimiento en los videojuegos.

La experiencia emocional del jugador se dará totalidad, o muy cercana a ella, dentro del mundo virtual, ya que, al lograr cumplir con las directrices necesarias para una inmersión óptima, el estado de flujo debería darse, centrando toda la atención del usuario en el videojuego.

El videojuego es un contexto moldeado para que el jugador tenga éxito o no, pero manteniéndose como el héroe quien es el único capaz de resolver la meta que se plantea.

Como mencione anteriormente, el videojuego en si no es la experiencia, sino que la interfaz que la estimula, por tanto, el jugador es estimulado dentro del mundo virtual para experimentar la emocionalidad a un nivel personal e interno que inconscientemente se desarrolla dentro de su persona.

Emocionalidad aplicada a la experiencia de un videojuego

Aplicando los niveles de diseño emocional al modelo de experiencia de usuario de Jesse James Garret, para ver como las emociones se posicionan en la experiencia, deje expuesto en un documento como ha verse (Anexo 5).

Los capas más concretas de la experiencia han de estar definidas por la estructura propia del videojuego.

La **capa de superficie** corresponde al videojuego terminado, con todas sus interacciones diseñadas y elementos acabados. Este, como mencione al comienzo de mi investigación viene a ser la interfaz con la cual interactua el jugador.

Al ser el primer punto de contacto, y lo que ve el usuario, se relaciona con el nivel visceral de diseño emocional, ya que aquí están presentes las visualidades del videojuego, su identidad gráfica, los sonidos relacionados escenarios, la música, es decir, todos los elementos formales que harán de estímulos para el jugador.

La **capa de esqueleto** en la experiencia de usuario se refiere a la distribución de los elementos de la interfaz, con sus interacciones diseñadas, viniendo a ser el prototipo mismo del videojuego, pero sin identidad visual ni contener la todo lo que hace este ser que lo diferencia de los demás.

Aquí entra lo que es el documento de diseño de videojuego aplicado al software para dejar las interacciones entre todos estos elementos ya diseñadas. Al tratarse de interacciones corresponde al nivel de diseño conductual, ya que es la parte que considera las funcionalidades e interacciones acabadas que están a disposición del jugador.

La **capa de estructura** comprende las interacciones de la interfaz y como están aplicados los contenidos que deben llevar.

Esta parte la he dividido en dos, por un lado, está el diseño de las interacciones ha de hacerse aplicando el software donde se va a desarrollar el videojuego, correspondiendo al nivel conductual del diseño emocional, ya que al igual que la capa de esqueleto ha de ser diseñado para como interacción la cual tendrá el usuario con el videojuego, relacionado a como hace uso de este, y por tanto tiene que estar relacionada a un comportamiento inconsciente con el que el usuario está familiarizado.

Y por el otro lado están los contenidos han de ser planteados previamente, antes de entrar a diseñar las interacciones.

8. Set de herramientas

Es en este segundo plano de la capa de estructura el cual está relacionado con el nivel reflexivo, y es donde aún se ha de ver considerada la emocionalidad cómo concepto, es aquí donde ha de ser aplicada a los elementos del videojuego.

La **capa de alcance** es donde se encuentra el mayor desarrollo de los conceptos que he trabajado en mi investigación, siendo parte del nivel reflexivo de la experiencia.

Aquí se consideran lo necesario para qué la experiencia sea efectiva. Viene a ser cómo se aborda lo planteaba por ejemplo el documento conceptual de *What Remains Of Edith Finch* (Anexo 1).

Ya que esta capa se divide en las especificaciones funcionales, es decir lo que ha de ser necesario para que se de la experiencia, y los requerimientos de contenidos, lo que esta debe tener.

Ahora, partiendo por los requerimientos de contenido, para que la emocionalidad sea efectiva una experiencia deben haber emociones, por tanto en base a mi marco teórico unos de los requerimientos son las 8 emociones principales, las cuales han de abordarse por medio una tabla de estímulos, con enfoque en experiencia de usuario, que desarrolló más adelante (Tabla 2).

Los niveles de diseño emocional podrian ser considerados como requerimiento pero esto es obviado para poder relacionarlos inmediatamente las distintas capas del modelo de Garret. Son un requerimiento de todas formas para lograr una emocionalidad efectiva.

Su relación con las especificaciones funcionales se va a dar con la aplicación de estos niveles en el modelo de Garret (Anexo 5).

Otros requerimiento que incluí es disfrute, una experiencia óptima, el cual ha de ser abordado por las especificaciones funcionales a través de la consideración de los ejes de desafío y habilidad del flujo, además de sus requerimiento y componentes de la fenomenología del disfrute.

La **capa de estrategia** se componen por las necesidades del usuario y los objetivos del proyecto.

Elementos los cuales se alinean con mi proyecto, donde el objetivo es causar emocionalidad en la experiencia del jugador, correspondiendo con la necesidad que este tiene de que así sea, tomando cómo base los resultados del levantamiento de información que lleve a cabo donde la gran mayoría del público reconoció la emocionalidad como algo importante en un videojuego, que hace que su experiencia sea mejor y más significativa.

Modelo de inmersión emocional en flujo

En base al modelo de Fogg, y el Flujo de Mihaly Csikszentmihalyi, yo planteo un modelo aplicado a condicionar emocionalidad como comportamiento objetivo, dando por sentado su inclinación hacia el estado de flujo gracias a la integración de los ejes que lo conforman y sus requerimientos.

La finalidad de este modelo es dirigir la experiencia de un usuario de videojuegos a la emocionalidad en flujo, integrando efectivamente las emociones en el modelo de experiencia de Jesse James Garret (Anexo 5).

Para este modelo (Figura 6), la emocionalidad corresponde al comportamiento objetivo, y para llegar a ella se consideran tres ejes, por el **eje X**, habilidad, manteniendo su posición y valor igual que en el Flujo planteado por Mihaly Csikszentmihalyi, el **eje Y** corresponde al desafío, el cual Fogg y Mihaly comparten en sus gráficos, y por último un **eje Z**, que corresponde la carga emocional.

Aquí la carga emocional reemplaza a la motivación que propone Fogg, ya que para este caso la idea inducir solamente a través de estados emocionales y no otras motivaciones propias de un usuario, para esto es necesario hacerse uso de estímulos emocionales para condicionar sensaciones, ha de funcionar de una forma indirecta, ya que busca condicionar sin romper con la inmersión del jugador puesta en el videojuego.

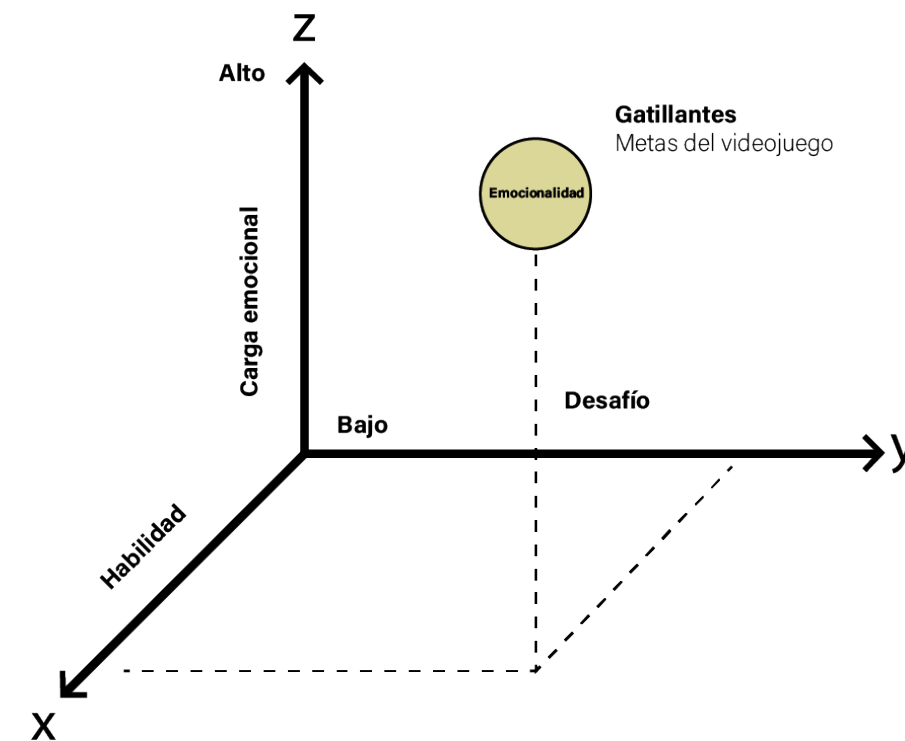


Figura 6, Modelo de inmersión emocional en flujo

Control de conciencia

Estará facilitado principalmente por las condiciones anteriormente mencionadas que entrega el mundo virtual, al estar dentro de un mundo virtual todo está pre-dispuesto para que el jugador sea quien tenga poder sobre las decisiones previamente planteadas que marcarán el desarrollo del videojuego, y por tanto lo que afectará directamente el estado del mundo virtual.

En un videojuego hay una meta clara, además es posible controlar el nivel de desafío en base a las habilidades del jugador.

Además, gracias a la síntesis corporal que se aplica al videojuego, la experiencia se enfoca instintivamente a los objetivos que este tiene para el jugador, haciendo que la gran cantidad de información que el mundo virtual entrega se filtre por medio de la atención puesta en la meta que el jugador tiene en ese momento.

Pero estos elementos que en los que el jugador no tiene puesta su atención no se pierden, sino que enriquecen la experiencia del usuario de forma en que no lo sacan de la inmersión, al contrario, la incentivan.

Estos elementos poseen estímulos que pueden condicionar de forma indirecta estados emocionales, según cómo estos se estructuran en base a los distintos elementos de diseño emocional.

Habilidad

La habilidad se va a corresponder a la capacidad de un sujeto para realizar alguna actividad propuestas por el videojuego. Va a depender meramente de lo que este requiera para tal actividad.

Desafío

El desafío tiene que ver con la dificultad que requiere una acción u actividad para realizarse, esta es definida por los desarrolladores del videojuego y intención que tenga estos, a nivel reflexivo y conductual, para plantear un problema.

Emocionalidad

Tomará el lugar que tendría el comportamiento objetivo en el modelo de Fogg, ya que la intención de mi modelo es solamente lograr condicionar emocionalidad en la experiencia de un jugador de videojuego.

Además, debe poseer una posición fija en modelo, la cual está dada por el punto de convergencia entre los 3 ejes.

Al igual que en el modelo del Flujo, debe existir un equilibrio entre todos los elementos que lo conforman para que funcione correctamente, además como mi intención es siempre apuntar a la experiencia óptima, esto es necesario.

Es por este motivo que, a diferencia del modelo de Fogg, la emocionalidad como comportamiento objetivo tendrá un espacio específico inamovible en el modelo.

Carga Emocional

La carga emocional se va a dar en base a qué tan efectivas son las interacciones emocionales para hacer conectar a un jugador con un mundo virtual, si el jugador no conecta con el videojuego ni sus personajes u otros elementos del mundo virtual va a considerarse que hay una carga emocional baja, y si es que el jugador logra conectar entonces se considerará que hay una carga emocional alta.

Trigger o Gatillante

El gatillante corresponde al llamado a la acción que nos lleva a cierto comportamiento objetivo (Fogg, 2009), para el contexto en que se enfoca mi proyecto (videojuegos) el gatillante principal que aplicará son las metas del videojuego.

Las metas de un videojuego serán el llamado a la acción al jugador para que empiece a actuar en el mundo virtual y están conformadas por cualquier elemento que exprese de forma clara que hacer, pudiendo ser estas, a partir de mis análisis, por ejemplo:

Misión principal

La misión principal del videojuego corresponde al objetivo que te permitirá al completarlo avanzar en la historia principal de este hasta terminarlo.

Misiones secundarias

Las misiones secundarias corresponden a objetivos que, en la mayoría de los casos, no tienen mayor en el desarrollo normal de la historia principal, pero sirven para obtener recursos adicionales y desarrollar historias secundarias.

Logros

Los logros corresponden a hitos que no siempre están expuestos explícitamente en el videojuego y su finalidad es mayormente demostrar haberlos realizado, se pueden obtener recompensas adicionales a veces a partir de ellos.

El tipo de gatillante para este caso ha de variar según la intención deseada en cuanto a cómo se exponen los tipos anteriormente expuesto, pudiendo ser entonces, según plantea Fogg (2009), de tipo centelleante, facilitador o de señal.

Eje Z, Carga emocional

La carga emocional consiste en una forma de medir la emocionalidad, a mayor carga mayor presencia de emociones interactuando entre sí y el jugador, y menor carga lo contrario, menor presencia de emociones.

Para entender cuál es la justa medida de carga emocional en una experiencia sensible es necesario medir los siguientes componentes.

Emociones y estímulos

Ya que Plutchik, para entender las reacciones a estímulos del entorno (Tabla 1) se basó en los estudios de Darwin y investigaciones ligadas a la zoología para identificar las reacciones de animales y humanos ante estímulos del medio.

No desarrolló más allá del nivel visceral de procesamiento de información, manteniéndose en un contexto científico, sin llevar a cabo levantamiento de información, reflexiva, por parte de los sujetos.

Por tanto, al estar enfrentado en este nuevo contexto que es un mundo virtual, donde la complejidad cognitiva de los jugadores es distinta, propongo por esto un reorganizamiento de los elementos de la tabla de Robert Plutchik (Tabla 2), la cual ha de ser completada de acuerdo a cada grupo objetivo en base a sus propias respuestas.

Para esto es necesario levantar información suficiente a partir de una muestra válida del público objetivo para luego sacar conclusiones a partir de cada punto abordado en la tabla.

Los resultados obtenidos han de ser interpretados con el fin de extraer, a través de la abstracción, la idea central de cada grupo de respuestas.

De esta forma integrar al usuario como factor esencial para la creación de su propia experiencia, conociendo en un aspecto general su relación con cada emoción principal.

Emoción	Evento estimulante ¿Qué provoca la emoción?	Cognición ¿Con qué relaciona la emoción?	Comportamiento evidente ¿Cómo reacciona ante la emoción?	Efecto ¿Qué te causa realizar el comportamiento evidente?
Miedo				
Ira				
Alegria				
Tristeza				
Confianza				
Disgusto				
Anticipación				
Sorpresa				

Tabla 2, Tabla de estímulos emocional de experiencia de usuario

Niveles de procesamiento cognitivo y emocional

Teniendo clara la tendencia de los estímulos emocionales del público objetivo se debe entender cómo traducirlos a partir de cada nivel, utilizando el diseño emocional planteado por Donald A Norman, para integrarlo a la experiencia del usuario.

Una vez planteando en que capa del modelo de experiencia de usuario de Garret se quiere desarrollar el estímulo, se debe considerar lo siguiente:

Nivel visceral: Corresponde a las sensaciones instintivas e instantáneas, primer contacto de estímulo con el entorno funciona en base a predisposiciones genéticas (Norman, 2005).

Vendrá a ser la parte más visual, sensaciones predisuestas genéticamente y el primer contacto con el jugador.

“En el diseño visceral importa sobre y ante todo crear un impacto emocional inmediato”

(Norman, 2005, p. 88).

Nivel conductual: Corresponde al cómo interactuamos con un producto o interfaz en base a los siguientes componentes, función, compresibilidad, usabilidad, sensación física (Donald A Norman, pág. 89-101).

Para el caso de los videojuegos va a verse relacionado con la jugabilidad y fluidez del juego, el cómo el jugador interactúa con el videojuego.

“Un buen diseño conductual debe estar centrado en el ser humano, focalizarse en la comprensión y la satisfacción de las necesidades que tienen quienes utilizan de hecho el producto”

(Donald A Norman, 2005, p. 102).

Nivel reflexivo: Corresponde al pensamiento consciente de un individuo, formado a partir de sus experiencias previas, entorno, cultura, etc.

Se puede relacionar con lo implícito, lo que no queda expresado de forma obvia, pero de todas formas se transmite al usuario.

Se relaciona con la personalidad de un sujeto, por tanto su identidad y postura frente a las emociones, debido a esto, es necesario conocer al usuario.

Es aquí donde se trabaja la fase conceptual de la emocionalidad, siendo lo basal de la experiencia, ubicándose por tanto en los niveles inferiores del modelo de Garret, que son estrategia y alcance.

De esta forma dota de carga emocional a los elementos desarrollados en la parte visceral y conductual del videojuego.

“El diseño reflexivo trata en realidad de la experiencia que el cliente tendrá a largo plazo(...)”

(Norman, 2005, p. 110).

A partir de esto, se va a ir moldeando el sistema afectivo del jugador, el cual ha de ser guionizado a partir de las interacciones consideradas para cada parte de la experiencia.

He de recordar que el procesamiento afectivo empieza con el nivel visceral, pasando por el conductual hasta el reflexivo, interactuando entre sí (Norman, 2005).

El afecto viene a contener tanto a las emociones como los niveles de procesamiento cognitivo y emocional (visceral, conductual, reflexivo).

Define el estado sensorial que proporciona la carga emocional en base al carácter de los estímulos.

Afecto positivo: Se relaciona con las emociones agradables, despertando la curiosidad y la creatividad, quedando predispuestos al aprendizaje.

Un afecto positivo, por ejemplo, puede aplicarse en un videojuego para crear instancias de calma e incentivar la exploración del jugador en el mundo virtual.

Afecto negativo: Se relaciona con las emociones negativas, haciendo que la atención se centre en los detalles y haya más concentración para la resolución de problemas.

Un afecto negativo, por ejemplo, puede aplicarse en un videojuego para crear una situación de tensión en que se necesite que el jugador busque una solución rápida para un problema.

Debe existir un equilibrio entre ambos tipos de afectos, manteniendo un dinamismo en la experiencia, manteniendo el videojuego dinámico emocionalmente y evitar que el usuario caiga en el aburrimiento o que se termine bloqueando frente a demasiada cantidad de estrés.

Así se va formulando una carga emocional compleja y diversa en sensaciones.

“Las emociones positivas son tan importantes como las negativas (...)”

(Donald A Norman, 2005, p. 35).

Conclusiones

Con esta investigación pude reconocer como las emociones toman lugar en la experiencia de un usuario, viendo su complejidad y distribución en los distintos elementos que la componen.

También me permitió entender porque es tan fácil disfrutar de un videojuego y estar horas en este sin aburrirnos, a diferencia de muchas actividades que podrían llegar a ser similares en la vida real. El flujo de Mihalyi Csikszentmihalyi fue clave para eso.

Las emociones juegan un papel muy importante en la toma de decisiones, y dependiendo de nuestro estado de ánimo va a depender como abordamos cada situación.

Pude darme cuenta de que la emocionalidad juega un importante papel en dar una buena experiencia a los jugadores de videojuegos. A través del levantamiento de información pude leer muchos relatos sobre como estos buscan conectar con personajes ficticios, o escuchar la canción de un soundtrack les trae recuerdos del momento en que estaban jugando cierto videojuego.

No esperaba que los jugadores le dieran tanta importancia, pudiendo demostrar con esto uno de los elementos que han vuelto tan tozudo el criterio de los usuarios en este contexto.

Realmente las emociones ayudan a hacer más significativa una experiencia y así dejar marca en quienes la vivencian.

Sumando esto con el estudio de los distintos autores a los que recurrí para mi investigación, pude darme cuenta de la complejidad que poseen las emociones en la percepción humana.

Más allá de considerar un número de emociones básicas, que compartimos como especie, el conocer cómo a través de los niveles visceral, conductual y reflexivo de procesamiento en nuestro cerebro interpretamos cada una de estas.

Demostrando de esta forma, como van a influir diferentes factores para nuestro entendimiento y manera en que interactuamos con nuestro entorno.

Reconocer como alguien interpreta cada uno de estos niveles es clave para entender como una persona se relaciona emocionalmente con algo.

Entender el estado de flujo como experiencia, me permitió conocer las directrices de una experiencia óptima, diferenciando lo que es placer de disfrute, y así encontrar la complejidad que pueden aportar las emociones y el hacer pensar a una persona de forma activa.

9. Conclusiones y aclaraciones

Realmente pude entender, lo que antes daba por sentado solo por intuición, cómo un videojuego puede ser capaz de sensibilizar y inducir a un estado de disfrute fácilmente a un jugador.

La estructura de experiencia de usuario de Jesse James Garret me permitió descomponer la experiencia de forma que pudiera reconocer los niveles visceral, conductual y reflexivo en cada fase de diseño, para así abordar cada uno en relación a sus requerimiento propios.

Hay muchos elementos a considerar pero poder medio del contexto en que se desarrolla todo es mucho más simple lograr esto, a diferencia de la vida real, el tener un control casi total sobre lo que hacemos es definitorio al entender como enfrentamos la vida.

Si bien un diseñador de videojuegos ha de capturar la imagen completa de lo que componen un videojuego y sus interacciones, el abordar esta temática desde el diseño de experiencia de usuarios me permitió conocer y utilizar herramientas propias de la disciplina que me ayudaron a guiarme en la dirección que yo quería, facilitandome estructurar los conceptos teóricos con los que trabajé.

De todas formas, al ser una temática tan compleja en si, es necesario complementar de forma constante con información pertinente a lo que se quiere abordar, una experiencia de usuario se forma a partir de un usuario como esta misma ya adelante, por lo que el tener claro cual es este y sus necesidades, como forma de pensar, es esencial.

Aclaraciones

Mi set de herramientas no propone una solución milagrosa para entender la emocionalidad dentro de una experiencia, sino que solo plantea las bases a considerar para llegar a ella. No reemplazada por ningún motivo los requerimientos que plantea el modelo de Jesse James Garret, sino que al contrario, funciona como un agregado que viene a completar la parte emocional de este.

Por lo mismo tampoco quize plantear todos los factores que incluye Fogg en su modelo, con el fin de que hubiera una explicación facil de entender y abierta ser complementada por un levantamiento de información aplicado para cada caso específico.

Esto por sí solo no es suficiente, una vez se tiene claro que se debe abordar, es necesario utilizar herramientas que los diseñadores UX conocen para recolectar esta información y así poder utilizarla.

Además, como dije anteriormente, diseñar una experiencia emocional que sea fija para todos es imposible, es por eso que mi intención con mis modelos es condicionar estados emocionales, con el fin de enriquecer las experiencias de los jugadores dentro de un videojuego.

Todos los seres humanos experimentamos las emociones de formas distintas, así como le damos relevancia a diferentes asuntos, las emociones principales dan un acercamiento que nos permite conectar en un punto común pero a un grado muy mínimo, aunque puede ser efectivo como base.

Los diseñadores de videojuegos realizan un trabajo más enfocado al estudios de este tipo de fenómenos aunque el campo que abarcan es inmenso, ya que la estructura de un videojuego es enorme, es por esto que decidí mantener en la disciplina de diseño de experiencias, que si bien forma parte de un equipo de diseño de videojuegos, me permitió dar enfoque al tema que es de mi interés, el cual es la experiencia, pero para poder entrar en profundidad sobre como se articulan todos los elementos que componen un videojuego seria necesario trabajar con un grupo enorme de gente responsable de las distintas tareas de desarrollo.

Bibliografía y anexos

Marco teórico

BOTELHO JOSGRILBERG, F. (2008). *The phenomenology of Maurice Merleau-Ponty and research in the field of communication*. *Signo y pensamiento*, 68-83.

CSIKSZENTMIHALYI, M. (1996). *Flow (Fluir), Una psicología de la felicidad*. Barcelona: Kairós.

CSIKSZENTMIHALYI, M. (Febrero de 2004). TED. Obtenido de TED: https://www.ted.com/talks/mihaly_csikszentmihalyi_flow_the_secret_to_happiness?language=es#t-806558

NORMAN, D. A. (2005). *El Diseño Emocional, Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos*. Barcelona: Paidós.

PLUTCHIK, R. (2001). *The Nature of Emotions*. *American Scientist*, 344-355.

Referentes

FOGG, B. J. (2009). *A Behaviour Model for Persuasive Design*. Obtenido de Stanford, Behaviour Design Lab: <https://behavioral.design.stanford.edu/resources/fogg-behavior-model#:~:text=The%20Fogg%20Behavior%20Model%20shows,to%20understand%20behavior%20in%20general>.

GARRET, J. J. (2011). *The Elements of User Experience*. Berkeley: New Riders.

Anexos

1. Documento Conceptual de What Remains of Edith Finch. <https://web.archive.org/web/20220921194054/https://www.giantsparrow.com/blog/news/wp-content/uploads/2018/04/Finch-Original-Concept-Doc.pdf>

2. Estructura de GDD, MICHAEL SELLERS. https://drive.google.com/file/d/17-51Uwxqle3DZVleir6OhDIWA_aerw5g/view

3. Resultados de encuesta en español

4. Resultados de encuesta en inglés

5. Emocionalidad integrada a la experiencia en un videojuego.

10. Bibliografías y anexos

