



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATOLICA  
DE CHILE

DISEÑO | UC  
Pontificia Universidad Católica de Chile  
Escuela de Diseño

# WW DEMBOW

ESCUCHA, REFLEXIONA Y VISUALIZA  
EL REGGAETÓN

Autora | **Agustina Solis de Ovando Atal**  
Profesora Guía | **Paz Cox**

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la  
Pontificia Universidad Católica de Chile para  
optar al título profesional de Diseñador.

Enero, 2021  
Santiago, Chile

A mi familia, por apoyar mis decisiones, darme su opinión y estar siempre ahí.

A mis amigas, por su apoyo y motivación durante todo el año.

A la Paz, por su preocupación y por darme siempre un empujón.

Y a todos los que aportaron de alguna u otra manera para hacer este proyecto posible.

¡Muchas Gracias!

# ÍNDICE

<b>01. INTRDODUCCIÓN .....</b>	<b>4</b>	<b>05. DESARROLLO DEL PROYECTO .....</b>	<b>42</b>
- Motivación Personal .....	5	- Metodología .....	43
- Introducción .....	6	- Prototipos y testeos .....	45
<b>02. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>7</b>	<b>06. PROPUESTA DE DISEÑO .....</b>	<b>62</b>
- Música .....	8	- Propuesta Final .....	63
- Reggaetón .....	11	- Instructivo del juego .....	65
- Estereotipos .....	19	- Componentes del juego .....	67
- Violencia Simbólica .....	22	- Mapa de viaje del usuario .....	81
- El juego de mesa .....	24	- Diseño de identidad .....	82
<b>03. PROBLEMÁTICA Y OPORTUNIDAD..</b>	<b>27</b>	<b>07. IMPLEMENTACIÓN .....</b>	<b>88</b>
<b>04. FORMULACIÓN DEL PROYECTO .....</b>	<b>30</b>	- Financiamiento.....	89
- Formulación .....	31	- Modelo Canvas .....	90
- Objetivos .....	32	- Proyecciones .....	91
- Estado del Arte .....	33	<b>08. CONCLUSIÓN.....</b>	<b>92</b>
- Usuario y Contexto .....	38	<b>09. REFERENCIAS.....</b>	<b>94</b>

# 01. INTRODUCCIÓN

- Motivación Personal
- Introducción

01

## I. MOTIVACIÓN PERSONAL

La motivación de este proyecto surge por la pasión que le tengo a la música, especialmente al reggaetón, el cual me ha acompañado durante buenos momentos de mi vida junto a mis más cercanos, en donde muchas veces he sido yo la que les ha inculcado este género musical. La idea de este proyecto surge un día de verano con mi mamá escuchando música en su auto, en donde yo estaba cantando a todo pulmón una canción de reggaetón. Es ahí donde mi mamá dice: "Pucha que es cochino el reggaetón, pero te gusta tanto que deberías hacer tu título sobre éste". Y en ese minuto se me prendió la ampollita. Gracias mamá.

## II. INTRODUCCIÓN

Hoy en día el reggaetón se ha transformado en un género musical con mucha popularidad en la sociedad de hoy y Chile ha sido el país en donde ha marcado una gran tendencia, especialmente Santiago, llegando a ser llamada la capital del reggaetón por Spotify debido a la cantidad de reproducciones que hay de este género.

El reggaetón se caracteriza por su ritmo que nos entrega energía, facilidad de baile y de crear coreografías y por letras pegajosas, simples, que se retienen y se pueden cantar con facilidad. Sin embargo, la mezcla de la música y letra de los temas tan atractivos genera una normalización de la lírica que hay en estas canciones, la cual muchas veces contiene estereotipos y violencia de género, que no dejan avanzar a la sociedad igualitaria a la que se pretende llegar, e influyen mayoritariamente a los adolescentes en su etapa de búsqueda de identidad, donde la música puede ser un elemento muy importante el cual les puede influir tanto positiva como negativamente, además de ser ellos los que se relacionan más con este género urbano.

El objetivo del presente proyecto es diseñar un juego que le otorgue a los adolescentes y jóvenes la oportunidad de pasarlo bien y disfrutar del reggaetón, además de ser una herramienta visual que les permita visualizar y detenerse en algunas letras de las canciones para reflexionar sobre lo que se está transmitiendo, dándoles así la oportunidad de dar su opinión y compartir experiencias entre sus pares, para que el día de mañana puedan tener un juicio sobre los mensajes transmitidos e impuestos por la sociedad, como lo son los estereotipos y la violencia simbólica.

## 02. MARCO TEÓRICO

- Música
- Reggaetón
- Estereotipos
- Violencia Simbólica
- El juego de mesa

02

## I. LA MÚSICA

La música es un medio de consumo masivo que se encuentra al alcance de nuestras manos gracias a la tecnología y a los nuevos medios que existen hoy en día. “Ésta es uno de los principales elementos para la formación cultural y puede tener una gran influencia en las conductas y emociones que reflejamos los seres humanos. Ésta funciona en la cultura a través de códigos normativos, o como mínimo relacionales, que canalizan diversas formas de vivir el espacio simbólico en relación con el espacio social.” (Mata, 1999).

### La industria de la música en el mundo

En el 2018 los ingresos de la industria musical, gracias al streaming, han aumentado de 6.7 a 8.9 billones de dólares. Ya son más de 255 millones de personas en todo el mundo que poseen una suscripción a una plataforma de streaming que le proporciona una biblioteca casi infinita de música.

Latinoamérica fue un mercado emergente dentro de ese año aumentando en casi un 17% sus reproducciones en streaming, siendo Brasil el país que más ha crecido, junto con México, Chile y Colombia que también experimentaron un notable crecimiento en 2018.

### La industria de la música en Chile

Según el Instituto Nacional de Estadísticas, el 2017 declaró que el 91,5% de la población general dedicaba su tiempo libre a compartir con la familia y amigos (2hrs y 42 min al día), seguido de ver televisión (90,22%) y en tercer lugar **escuchar radio o música (73,3%)**. Identificando así que la música es un factor importante en el día a día de las personas.

Por otro lado, Según los datos entregados por el Consejo Nacional de Cultura y las Artes de Chile el año 2015, el 97% de los chilenos mayores de 15 años **escucha música en un promedio de 6,1 días a la semana**, siendo la preferencia la música extranjera.

## FOCO EN LA ADOLESCENCIA

“La tarea del adolescente, en cuanto a la identidad, es primero saber quién es, separarse de lo que sus padres le han inculcado y aprender él solo a saber lo que quiere, en qué cree, qué le gusta, etc... y una vez lograda esta tarea, la siguiente es saber qué lugar ocupa en el mundo, lo que lo identifica como persona.” (M<sup>a</sup> Angélica Valenzuela, psicóloga, 3 de Junio 2020)

**“Los adolescentes utilizan la música como refuerzo de identificación con su grupo de iguales,** como vehículo de su rebeldía contra lo convencional, para ayudarles a establecer una identidad separada de la de sus padres o simplemente es usada para relajarse, entretenerse o evitar el sentimiento de soledad” (Antonio Redondo, 2000).

Busquet refiere que los ídolos culturales más populares en nuestra era son los cantantes y vocalistas vinculados con los medios de comunicación, el comercio, entre otros que se apoyan a determinado **modelo musical que esté a la moda.** (Busquet, 2012).

En Chile el **92,7%** de los jóvenes revela que entre las preferencias de uso del tiempo libre tanto de hombres como mujeres, **escuchar radio o música** es la actividad preferida por la mayoría.

*(Segunda Encuesta Nacional de Participación y consumo cultural [ENPCC], 2011)*

“Estar expuestos a ciertos estilos musicales afecta a diversos factores psicológicos y sociales, **llevando a las personas a actuar de manera congruente con el mensaje de la música**” (Rentfrow, 2012) o “idolatrando e imitando a los artistas de música popular” (Antonio Redondo, 2000) “Por ejemplo, muchos adolescentes llenan sus piezas de posters con famosos, quieren vivir una realidad que no es la suya.” (Luz María Vicuña, psicóloga, 5 de Junio 2020)

Juslin y Sloboda (2010) afirman que el amplio uso que se hace de la música, sobre todo durante la adolescencia, se debe principalmente a su función emocional, ésta es capaz de producir o gatillar alguna emoción de carácter utilitario. La música además se utiliza en momentos de ocio o entretenimiento, como ir a bailar, estar con los amigos o cantar canciones de los artistas favoritos. Además ésta es capaz de articular la memoria en los adolescentes, recordar algún momento que haya marcado sus vidas, ya sea positivo o negativo, y si se quiere revivir esta situación se escucha nuevamente la canción que lo gatille. Otra función que tiene la música en los adolescentes es ser reproducida “de fondo” cuando se está haciendo alguna actividad, como caminar, trabajar en el computador, estar en redes sociales, cocinar o descansar.

## II. EL REGGAETÓN

### HISTORIA DEL REGGAETÓN

El reggaetón es un género musical de origen caribeño e influencia afroamericana nacido en los años 90 en Puerto Rico. En sus inicios este género fue **caracterizado como corruptor y vulgar por sus bailes (perreo) y letras**, provocando que las autoridades de Puerto Rico quisieran eliminarlo a toda costa. Desde el comienzo, emerge como un fenómeno cultural por y para la juventud urbana de las clases más bajas, abarcando temas de violencia, sexualidad explícita y denuncia social, no obteniendo la aprobación del gobierno y la clase media. Sin embargo, esto no detuvo a los expositores de este género, y a la vez que la **popularidad del reggaetón aumentaba**, los medios de comunicación y las autoridades unieron sus esfuerzos para reprimirlos, lo cual generaba hablar y escuchar aún más este género resultando lo contrario, la masificación de éste.



Fotografía por El Español

Se comenzaron a reproducir las canciones en las radios, llegando así a popularizarse en los jóvenes de clase media, convirtiéndose rápidamente en la música favorita escuchada en fiestas, discotecas y otros lugares de reunión. El reggaetón pasó de ser un género con grabaciones caseras a una industria en masas, en la que grandes discografías vendían sus producciones. Entre 2002 y 2003, las ventas aumentaron exponencialmente con las nuevas producciones de reggaetón vendiendo entre 50.000 y 100.000 unidades al mes, es decir alrededor de un tercio de los diez álbumes más vendidos en Puerto Rico, según el diario puertorriqueño El Nuevo Día.

La canción que arrasó en el mundo entero y que hizo que el reggaetón se hiciera más conocido mundialmente fue “Gasolina” de Daddy Yankee. Reggaetoneros como éste no solo estaban ganando millones, sino también siendo contratados para promocionar productos, marcas de ropa y participar de giras. Dos años después de que “Gasolina” fuera un hit, **los álbumes de reggaetón alcanzaron ventas de oro, platino y doble platino, y se posicionaron entre los mayores éxitos de la industria latina del disco.**

Con el tiempo, el reggaetón se ha ido expandiendo hasta convertirse en un éxito mundial y en el principal producto de exportación de Puerto Rico. Artistas como Daddy Yankee, Tego Calderón, Don Omar e Ivy Queen fueron los responsables de llevar este género a Estados Unidos, Europa y América Latina y hacer de éste, lo que es hoy.

Podemos ver el éxito que ha tenido este género en todo el mundo en los Billboard Latin Music Awards 2020, en donde se premió a Bad Bunny y a Daddy Yankee con siete galardones cada uno, destacando al primero como el artista del año. Esto nos muestra el gran nivel al que han llegado los artistas de este género dentro de la música latina en general, arrasando sobre artistas reconocidos como Enrique Iglesias, Shakira o Carlos Vives.

## REGGAETÓN EN CHILE

El reggaetón comienza a popularizarse en Chile en el año 2004 y hasta el día de hoy se sigue escuchando. De acuerdo a cifras publicadas por **Spotify** en octubre del 2019, la plataforma considera a **Santiago como “la capital del reggaetón en streaming”, con más de 400 millones de reproducciones mensuales.** Su audiencia va desde niños hasta adultos, sin embargo, según un estudio de Spotify las personas entre 16 y 24 años son sus principales receptores.

“La aceptación de este género en nuestro país se debe a dos factores, primero al **nivel de fiesta que existe en Chile**, en donde el género que más se consume en estas instancias es el reggaetón y segundo, porque **la música urbana en general no distingue entre estratos sociales**, por lo que hace que sea masivo y popular dentro del país.” (Tomás Livingstone, 10 de Junio 2020).

*Fotografía por El Mostrador*



“A nivel de alcance, las plataformas digitales, así como las emisoras radiales habrían contribuido a difundir el reggaetón facilitando el acceso a millones de personas en tiempo real” (Savage, 2019; Van Buskirk, 2017). La emisora chilena Los 40 Principales, se caracteriza por abarcar a un público joven y por tener un ranking de las 40 canciones más escuchadas en el país, dentro de las cuales el predominio de éstas son del género urbano reggaetón, siendo  $\frac{3}{4}$  partes de la lista según su página oficial. Cabe destacar que el género urbano no ha dejado de dominar en los rankings de Spotify en Chile, destacando los artistas más escuchados en el 2019 a Bad Bunny, Anuel AA, Ozuna, Daddy Yankee y J Balvin. Además, en la entrevista con Tomas Livingstone, especialista en el tema, menciona que los artistas chilenos de reggaetón están surgiendo e incorporándose a esta tendencia global, distinguiendo a los más escuchados el 2019 a Paloma Mami, Pablo Chill-E, Drefquila y Kidd Teton, siendo este último el primer chileno en grabar un remix con el artista puertorriqueño Ozuna en el año 2020.

## RITMO Y LETRA

“El reggaetón se caracteriza por un **ritmo movido y pegadizo**, logrado por unas letras cargadas de rimas y un “beat” (golpe) de música marcado y característico en la base de sus canciones llamado “dembow”” (Sánchez Rincones, 2018). En este sentido, **el ritmo del reggaetón es casi más atractivo para los jóvenes que el contenido de las canciones**, porque utiliza un sonido distorsionado de una manera especial. Esas características originan que los individuos experimenten, incluso, cambios en su ritmo respiratorio, llegando a percibir una emoción. “Los jóvenes buscan las sensaciones, y eso se puede lograr con un estilo de música que supere los 120 decibeles” (González, 2008).

“La gran aceptación de esta música entre la juventud se debe al ritmo muy repetitivo de las letras, el uso de equipos electrónicos, el lenguaje coloquial y lleno de modismos populares y las letras apoyadas en la rima es lo que hace que la canción logre aceptación por parte del público joven” (Urdaneta, 2007). “La tonada, al ser repetitiva, se queda “adherida” al córtex auditivo del cerebro encargado de procesar los sonidos, causando una continua repetición de ésta” (Yesid Penagos, 2012). **La música reggaetón seduce, atrae, es pegajosa, está de moda, es actual, es una música que despierta y moviliza emociones y posiblemente estructuras de pensamiento.** “Esta música popular llega al receptor a un nivel más somático que cognitivo, al contrario de lo que sucede, por ejemplo, con la música clásica” (Selva, 2012).

Viendo este lado energético y popular del reggaetón que es lo que atrae principalmente a su audiencia, nos encontramos con su contenido, tanto en imágenes como en sus letras. [...] “Como género musical, el reggaetón, sin duda **manifiesta en su semántica una diferencia de género y discriminación hacia la mujer, pues la violencia simbólica se hace presente.** Por una parte, aunque a las mujeres les guste escucharlo y bailarlo, se difunde una imagen de la **mujer como objeto sexual y sumiso; por otra, el hombre es mostrado como dominante y agresivo**” (Martínez, 2014). Entendemos por violencia simbólica una violencia “amortiguada, insensible e invisible para sus propias víctimas, que se ejerce esencialmente a través de los caminos puramente simbólicos de la comunicación y del conocimiento, o más exactamente, del desconocimiento, del reconocimiento o, en último término, del sentimiento” (Pierre Bourdieu, 1998).

La lírica utilizada por los compositores ha despertado el malestar de algunos grupos de personas por considerar que las letras son machistas y denigran sexualmente a la mujer. “Creo que con justa razón hay gente que critica el reggaetón, sin embargo hay exponentes que están cambiando este pensamiento porque están utilizando otro tipo de letra, buscando romper con los paradigmas habituales de este estilo musical, yo personalmente creo que está mal seguir con estos temas de objetivizar a la mujer y crear estereotipos pensando en cómo está el mundo hoy en día, en donde todos queremos un cambio.” (Tomás Livingstone, 10 de Junio 2020)

Actualmente, la mayoría de los cantantes de reggaetón son hombres y las letras de sus canciones suelen tener un contenido sexual explícito, donde la mujer es el principal objeto de inspiración. Sin embargo, también existen cantantes mujeres que buscan **romper con estas estigmatizaciones que se han ido imponiendo durante los años**, cantan su versión del reggaetón como mujeres empoderadas. Así como ellas buscan este cambio, hay artistas hombres que quieren lo mismo, como Bad Bunny, al ganar el premio de mejor artista del año mencionó: “Este premio se lo quiero dedicar a todas las mujeres del mundo entero, especialmente a las mujeres latinas y de Puerto Rico. Sin ustedes no existiría ni la música ni el reggaetón así que basta ya de violencia machista, en contra de la mujer, vamos a educar ahora en el presente para un mejor futuro”.

El libro *La Dominación Masculina*, explica cómo **las sociedades se han desarrollado desde una perspectiva masculina que se muestra como superior a la femenina**. Y cómo esta postura es tomada como natural por todos, tanto dominados como dominadores, puesto que todos estamos inmersos en el mismo sistema de dominación. **Esta dominación se asume como natural por la construcción social que se le da a los cuerpos y las categorías sexuales que se asignan a cada uno**, donde esta división entre los sexos parece estar en el orden de las cosas (Bourdieu, 1998).



Fotografía por Youtube

## LO VISUAL V/S LO ESCUCHADO

“Las audiencias participan en la música popular de formas que son físicas (cantando a la par, chasqueando, aplaudiendo, bailando, con excitación sexual, etc.); emocionales (“sintiendo” la música, recordando, idealizando, consiguiendo un “clímax” espiritual, etc.); y cognitivas (procesando información, aprendiendo, estimulando el pensamiento, contribuyendo a la memoria, elaborando percepciones, etc.)” (Selva, 2012) Podemos darnos cuenta de **los contrastes que hay entre lo que transmite el ritmo y lo que entrega el contenido del reggaetón**, ¿cómo es que al escuchar este género tengamos sentimientos de alegría y baile, y al ver o hablar sobre su contenido nos percatamos de lo que realmente transmite? La psicóloga Kimberly Sena en Psychology Today nos dice:... “En mi experiencia, la mayoría de la gente no presta mucha atención a la letra. Se pueden saber la letra y ser capaces de cantarla, sin embargo, a menudo no se percatan de las palabras. **Es una experiencia muy distinta leer la letra de una canción mientras ésta se escucha**”.

La razón de por qué esto ocurre, es porque la melodía y la letra se procesan en distintas áreas del cerebro. Según un estudio del 2012 publicado por Plos One, al procesar la letra, se ponen en marcha las mismas zonas del cerebro que sirven para reconocer palabras y procesar imágenes visuales. Es por esto que los sentimientos o sensaciones hacia una canción pueden ser distintos de cuando visualizamos su contenido.

Los videoclips, por ejemplo, pueden ser un elemento visual en el reggaetón que nos permite ver la canción en otra perspectiva, nos puede contar un relato y entender lo que realmente está diciendo y transmitiendo la letra de ésta.

Despojándonos del ámbito de la música, pero manteniendo lo que se escucha y lo que se ve como contenido, un experimento realizado en 2013 por psicólogos canadienses consistió en hacer que un grupo de personas accedieron a un mismo texto a través de tres formas distintas: que lo leyeran en silencio, que lo leyeran en voz alta y que lo oyeran leído por otro. Los investigadores comprobaron que quienes solo habían escuchado el texto retuvieron menos cosas, es decir, se distrajeron más, que quienes lo habían leído.

Por lo que, llevándolo en relación a la música, esto nos indica que al leer la letra de una canción la entenderíamos y procesaríamos más que con solo escucharla, ya que al estar escuchandola podemos distraernos con otras cosas, como bailar, conversar con amigos o estar tan solo pensando.

### III. ESTEREOTIPOS

“El género hace referencia a las diferencias socialmente construidas entre mujeres y hombres que se fundamentan y justifican en la diferencia biológica y sexual y que dan lugar a roles, espacios y estatus diferenciados para mujeres y hombres” (Salvo del Canto & Infante, 2010). Respecto a las características propias de cada género, **según el estereotipo femenino las mujeres son percibidas como “...emocionales, débiles, sumisas, dependientes, comprensivas, cariñosas, sensibles a las necesidades de los demás... Del mismo modo, según el estereotipo masculino, los hombres son duros, atléticos, dominantes, atrevidos, egoístas, agresivos, competitivos, actúan como líderes...”** (Cuadrado, 2007).

Sin embargo, los rasgos típicamente femeninos y masculinos han cambiado en las últimas décadas. A pesar de que las mujeres ahora tienden a asignarse rasgos considerados típicamente masculinos, los hombres no hacen lo mismo con rasgos femeninos. (López-Sáez, 2008).

Entendemos por estereotipo una imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable (RAE). “Detectarlos, descifrar sus significados, desvincularlos de la obligatoriedad de los roles, y mostrar la sutilidad de los vínculos dentro del contexto en el que surgen y la ideología que los sustenta, es propio de las nuevas socializaciones” (Cuadrado, 2007). Según Ferrer y Bosch, **una de las claves de este proceso de socialización diferencial y desigual de género “radica en la congruencia de los mensajes emitidos por los diferentes agentes socializadores. Así, esos mensajes repetidos una y otra vez llegan en muchos casos a ser interiorizados por la persona, que ‘los hace suyos’ y acaba pensando y comportándose en consecuencia”** (Ferrer & Bosch, 2013).

Ortega (1998) reconoce cuatro contenidos en donde se identifican los estereotipos de género. El primero es el cuerpo, el cual otorga cualidades diferenciales entre el hombre y la mujer. “Las denotaciones corporales expresadas socialmente a través del arte y de los medios de comunicación, entre otros, son interiorizadas por los individuos conformando la imagen del cuerpo masculino en torno a la fuerza y el vigor, y la imagen del cuerpo femenino en torno a la delicadeza y debilidad.” (Ortega, 1998) En segundo lugar, se encuentran las capacidades intelectuales, identificando un mayor desempeño masculino en tareas técnicas y mecánicas, y atribuyéndole al género femenino habilidades organizativas y cooperativas. En tercer lugar se identifica el contenido afectivo y emocional, otorgando más sentimientos afectivos y emotivos a la mujer, mientras que el hombre tiene un mayor control sobre estos. Finalmente, en cuarto lugar se encuentran las relaciones e interacciones sociales, asignándole al género femenino mayor comunicación, fluidez de lenguaje y manifestaciones personales. mientras que al género masculino se le asigna una mayor racionalidad frente a este tema.

“La interiorización de las diferencias de género tiene consecuencias educativas importantes en tanto juegan un papel básico en las formas de pensar, interpretar y actuar de los sujetos, así como de relacionarse con los otros.” (Colás & Villaciervos, 2007)

Por los estereotipos impuestos por la sociedad, se espera que las personas actúen de tal manera, y si no es así, se ve como algo fuera de lo común y muchas veces criticado. Por ejemplo, que las niñas deban jugar con muñecas y los niños con autos, o que cada género se identifique con un color, rosado y azul. **Los estereotipos no se adquieren a través de la experiencia, sino que se graban inconscientemente a través del proceso de socialización** (Huici y Moya, 1997), naturalizando así estos estereotipos y haciendo que sean muy difíciles de cambiar dentro de la sociedad.

## FOCO EN LA ADOLESCENCIA

La construcción de la identidad de género es un proceso continuo que comienza en la primera infancia. **La influencia de miembros de la familia, compañeros y los medios de comunicación convergen hasta impactar en la autoconciencia de los jóvenes** (Colás & Villaciervos,, 2007). El proceso culmina en la adolescencia, cuando la identificación del rol de género es más evidente.

Los adolescentes se caracterizan por estar en una etapa de desarrollo de la búsqueda de su identidad y de independización de sus padres, por lo que muchas veces están preocupados de lo que los demás perciben de ellos, se dejan llevar por su grupo de pares y no saben muy bien lo que quieren ni lo que es correcto o no, por lo que se ven muy **influenciados por la sociedad**, aprendiendo pautas culturales y adquiriendo experiencias de vida.

**“Los roles de género y estereotipos tienen una papel importante en la identidad de género y en el moldeado de la personalidad de los adolescentes.** Toda información que le llega a este de alguna manera le influye, sin embargo, estos mensajes son distintos para hombres y mujeres. En la sociedad occidental está muy marcado cómo tiene que ser un hombre y cómo tiene que ser una mujer, sin embargo los estereotipos de las mujeres siempre han sido más definidos.” (Valentina Romo, psicóloga infantojuvenil)



Fotografía por El País

### III. VIOLENCIA SIMBÓLICA

Galtung (1990) nos señala la existencia de un triángulo de la violencia que se compone de tres tipos, la violencia directa, la cultural y la estructural. Esta última “(...) es la suma total de todos los choques incrustados en las estructuras sociales y mundiales, y cementados, solidificados, de tal forma que los resultados injustos, desiguales, son casi inmutables” (Galtung, 1990)

Por otro lado, la violencia simbólica según Bourdieu es una “(...) violencia amortiguada, insensible, e invisible para sus propias víctimas, que se ejerce esencialmente a través de los caminos puramente simbólicos de la comunicación y del conocimiento o, más exactamente del desconocimiento, del reconocimiento o, en último término, del sentimiento” (Pierre Bourdieu, 2000).

“Toda violencia ejercida contra un ser humano es una violación, la violación de su personalidad, su identidad, sus derechos, su cuerpo, la violación, en definitiva, de su humanidad” (Muller, 2002)

Tanto violencia estructural como simbólica, poseen en común las características de la necesidad de una desigualdad y de la naturalización de ésta de una manera invisible. Sin embargo, la violencia simbólica de Bordieu es descrita para el género femenino, indicando la naturalización de la subordinación mujer en la sociedad.

“El esfuerzo para liberar a las mujeres de la dominación, o sea, de las estructuras objetivas y asimiladas que se les imponen, no puede avanzar sin un esfuerzo por liberar a los hombres de esas mismas estructuras que hacen que ellos contribuyan a imponerlas” (Bourdieu, 1998, p.82). “Si estas especificidades de discriminación de la mujer son construidas social y culturalmente, entonces, pueden y deben ser modificadas cultural y socialmente: no abandonar nuestro sexo, sino deconstruir nuestro género.” (Julieta Kirkwood, 1987)

## IV. JUEGOS DE MESA

Donald Woods Winnicott (1971) afirmaba: “Es en el juego y sólo en el juego que el niño o el adulto como individuos son capaces de ser creativos y de usar el total de su personalidad, y sólo al ser creativo **el individuo se descubre a sí mismo.**”

El juego, según la Real Academia Española es un ejercicio recreativo sometido a reglas en el que se gana o se pierde”. Por otro lado, tenemos la definición del filósofo y psicólogo según la Teoría del preejercicio, definida por él, Gross (1989) define el juego como “un modo de ejercitar o practicar los instintos antes de que éstos estén completamente desarrollados (...) el juego consiste en un ejercicio preparatorio para el desarrollo de funciones que son necesarias para la época adulta”. “Los juegos tienen un estilo –visual, aural, escrito, experiencial– y **generan respuestas emocionales y experiencias para que los jugadores reflexionen**” (Macklin y Sharp, 2016)

Desde la antigüedad el juego conforma parte importante de nuestra cultura y ha ido evolucionando junto a ésta a medida que pasa el tiempo. Por ejemplo, el Senet, el cual es un juego de mesa egipcio creado hace 3.000 años aproximadamente y el cual aún se puede jugar. Sin embargo, hoy hay nuevas temáticas, nuevos géneros y más diversidad, lo que genera más gente interesada, creando juegos cada vez más variados (Blas, 2015). Con el fin de crear un juego, es útil pensar en el juego no como una colección de cartas o un conjunto de reglas, sino más bien como una **experiencia que proviene del uso ellos**. Esa experiencia se deriva cuando el jugador interactúa con el entorno y otros jugadores. (Hawkinson, 2013)

De acuerdo con Nicole Lazzaro (2016), la gente utiliza los juegos de mesa por las siguientes razones:

- 1. Hard Fun:** los jugadores gustan de las **oportunidades de reto**, que puedan formular estrategias y requieran habilidades de resolución de problemas.
- 2. Easy Fun:** los jugadores disfrutan de **la intriga y la novedad**, involucrándose totalmente en el juego a tal grado que los inspira a la exploración, creatividad y fantasía.
- 3. Serious Fun:** los jugadores atesoran la **experiencia** que les genera el juego en relación a **aprender**.
- 4. People Fun:** los jugadores usan los juegos por su valor generando **experiencias sociales y relaciones**.



Fotografía por Pexels

El éxito de los juegos de mesa se ve reflejado en las ventas y en la demanda de éstos en **Kickstarter**, sitio web que financia proyectos creativos, en donde los analistas de ICO Partners estimaron previamente que las campañas de los juegos de mesa ganaron \$192 millones sólo en 2018, diez veces más que los videojuegos, y fueron responsables de casi el 30% de todo el dinero recaudado en Kickstarter en su conjunto el año pasado. Hasta el año 2019, **los juegos de mesa han continuado superando a los videojuegos** en Kickstarter

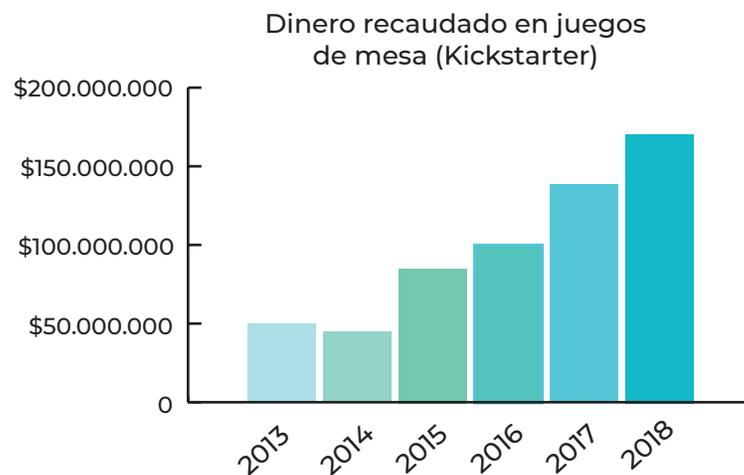


Figura 1, elaboración propia.  
Datos: Icopartners, 2018

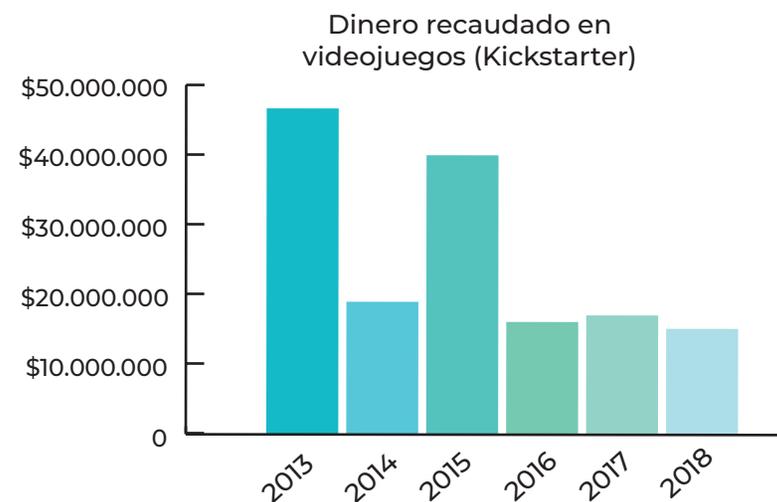


Figura 2, elaboración propia.  
Datos: Icopartners, 2018

**03. PROBLEMÁTICA Y  
OPORTUNIDAD DE DISEÑO**

**03**

## I. PROBLEMÁTICA

Nos encontramos en una sociedad que está luchando por la instauración de la igualdad de género, vemos marchas feministas en las calles y campañas contra la violencia de género, sin embargo, todavía queda un gran camino por recorrer, y no se logrará, en parte, si miramos por ejemplo los mensajes de la música actual, y en éste caso específico, en que **algunas canciones de reggaetón siguen transmitiendo y normalizando estereotipos que ya no son aceptables por una gran mayoría de las personas.** No se considera, muchas veces este contenido, por el atractivo que ejerce el ritmo que este tiene y por la gran popularidad de este género en en todo el mundo, especialmente en nuestro país. **Se normaliza este contenido e incluso se canta sin percatarse de lo que realmente se está diciendo, influyendo mediante cualquier estímulo de ésta, tanto negativa como positivamente, a los adolescentes,** los cuales se encuentran en una etapa de desarrollo y de búsqueda de identidad, en donde son muy influenciables por cualquier medio, persona o contexto.

**“Tenemos que tener conciencia de los mensajes condicionantes que se nos transmiten cada día, y que nos marcan en la formación de nuestra identidad de género”**  
*(De Andrés, 2007)*

## II. OPORTUNIDAD DE DISEÑO

Es aquí donde surge la oportunidad de diseñar un proyecto, el cual convoque a la audiencia de este género y especialmente a los jóvenes, a escucharlo, de una manera entretenida como siempre lo hacen, pero al mismo tiempo **creando un espacio y tiempo para reflexionar y visualizar este contenido**, que pasa generalmente desapercibido y así contribuir a reconocer los estereotipos y la violencia simbólica que se transmiten a la sociedad de una manera, muchas veces imperceptible.

Estos mensajes no sólo se refieren a las mujeres, que se caracterizan en el reggaetón por ser encasilladas como objetos sexuales, sino también a los hombres, los cuales se ven como superiores, violentos y machistas. Por otro lado se buscará mostrar por medio de las canciones, el lado empoderado de la mujer y el lado más sentimental o romántico en el hombre, características que no son vistas como los “típicos estereotipos”.

El juego de mesa se relaciona a lo que sucede cuando se escucha el reggaetón, en donde a la hora de jugar uno está disfrutando y pasándolo bien, lo mismo que sucede cuando se escucha este género, sin embargo, cuando se muestran las frases por escrito dentro del juego y deteniéndose en ellas por un rato, éstas llegan de una manera distinta al usuario, permitiéndole notar ciertas características, a través de la dinámica propuesta por el juego de mesa. Éste tendrá como principales objetivos ser una herramienta visual en donde se plasman las frases de las canciones para ser visualizadas, además permitirá generar un espacio de reflexión y conversación entre los adolescentes y finalmente entretener, incluyendo un tema relevante dentro de la sociedad.

# 04. FORMULACIÓN DEL PROYECTO

- Formulación
- Objetivos
- Estado del Arte
- Usuario y Contexto

04

## I. FORMULACIÓN

### QUÉ

Juego de cartas relacionado al género musical reggaetón, que incluye 4 mazos de juegos aleatorios e incorpora un espacio reflexivo para visibilizar y contrastar ideas sobre los estereotipos y la violencia simbólica que han caracterizado a este género musical.

### POR QUÉ

- Santiago es considerado la “capital del reggaetón”, dada la cantidad de personas y cantidad de tiempo que escuchan este género musical.

- Las letras del reggaetón, en una gran mayoría de casos, transmiten contenido que reflejan estereotipos de género que ya no son considerados adecuados por una gran cantidad de personas.

- Al tener un ritmo tan potente y popular el contenido de las letras pasa a ser normalizado sin que se preste mucha atención a lo que se está cantando, y de esa manera se transmiten contenidos que conllevan mensajes estereotipados y de violencia simbólica a una audiencia adolescente.

### PARA QUÉ

Para visibilizar y sensibilizar a los adolescentes sobre los estereotipos que ha impuesto la sociedad, por medio del reggaetón, de una manera entretenida, y que así, los adolescentes que escuchan este género puedan desarrollar un juicio sobre los mensajes transmitidos y su validez para una mayoría de las personas.

## II. OBJETIVOS

### OBJETIVO GENERAL

Entretener y generar una reflexión en los adolescentes por medio del reggaetón, que les permita disfrutar este género de la misma manera que lo hacen habitualmente, pero visibilizando los estereotipos y la violencia simbólica que se transmite en muchas de sus canciones.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

**1. Diseñar las interacciones que se generarán en el juego con la participación del usuario por medio de testeos.**

*IOV: Número de interacciones e instrucciones del juego.*

**2. Visibilizar los estereotipos y la violencia simbólica que transmite el reggaetón de una manera lúdica.**

*IOV: Grado de percepción del usuario al utilizar las frases de canciones como herramienta visual mediante entrevistas y encuestas.*

**3. Contribuir a la reflexión sobre los estereotipos que impone la sociedad a través del juego.**

*IOV: Grado de percepción de efectividad mediante entrevistas y encuestas al usuario.*

### III. ESTADO DEL ARTE

#### ANTECEDENTES

##### 1. Escrito en las canciones (Argentina, 2018)



La profesora Carolina de la Fuente, propuso a sus estudiantes reflejar con la muñeca popular Barbie y Ken las letras de diferentes canciones que promuevan la violencia contra las mujeres de artistas tales como Maluma, Ricardo Arjona, Romeo Santos, Pimpinela, entre otros. La exhibición de fotografías se ha hecho viral por la crudeza de sus representaciones.

##### 2. Usa la razón, que la música no degrade tu condición (Colombia, 2015)



Esta campaña busca concientizar sobre la denigración que sufre la mujer en las letras del popular estilo musical del reggaetón. La campaña fue ideada y creada por la fotógrafa profesional colombiana Liney Ibañez y un grupo de estudiantes de Diseño Visual de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Ésta fue lanzada mediante Facebook y se viralizó rápidamente.



### 3. Respuesta a las canciones de reggaetón (2020)

Hay personas que al no tolerar los machismos de algunas letras de reggaetón, deciden responderlas con el mismo ritmo de la canción cambiándole la letra. Esto lo podemos ver en Beatriz Luengo que responde a Hawaii, canción de Maluma y en un tiktokero @soyelafrojack que responde a La Jeepeta, canción de Anuel AA. Ambas respuestas se han hecho virales y han llamado la atención de muchas personas.



### 4. HeforShe (Estados Unidos, 2014)

Campaña de la ONU Mujeres para reflexionar sobre los estereotipos de género. Se basa en un video que pretende involucrar a los hombres en la lucha por la equidad de género, éste muestra una lista de estereotipos que continúan muy presentes en la actualidad, como por ejemplo, que las chicas deben jugar con muñecas y los chicos hacer deporte, o que llorar es cosa de mujeres o de hombres débiles.



## REFERENTES

### I. Proyecto en general

#### 1. Trivium

Juego de mesa con más de 6.000 preguntas de 6 temas distintos, geografía, deporte, historia, arte, espectáculos, literatura y ciencias. Se juega en equipo y su objetivo es complementar todas las categorías por medio de un tablero.

*Se destaca la variedad de **categorías** para responder las preguntas y el **completar** todas éstas para poder ganar. Además que las categorías se caracterizan por los **colores**.*



#### 2. Uno

Juego de cartas cuyo objetivo es deshacerse de todas las cartas que se reparten inicialmente y las que se van robando durante la partida, cuando queda la última carta se debe gritar Uno y tratar de botar esa carta no antes posible. El juego además tiene cartas especiales que añaden una función extra al juego.

*Se destaca el solo usar **cartas** para jugar y además que posee distintas **cartas especiales** o comodines que te podrán ayudar durante la partida o jugarles una mala pasada a tus contrincantes.*



### 3. DropMix

Juego de mesa que posee un tablero tecnológico, el cual se conecta a un dispositivo móvil y se le van poniendo distintas cartas con chips integrados, las cuales poseen los tonos para ir generando la mezcla de música que se reproducirá en el dispositivo. Estas cartas son leídas por el tablero y a medida que se va reproduciendo la canción con las cartas correctas se van ganando puntos.

*Este juego **musical** se destaca por el uso de cartas y la lectura de éstas mediante **códigos***



### 4. Dixit

Juego de mesa en que el objetivo es adivinar una carta a partir de una frase, palabra o narración dada por un jugador. Cada jugador escoge una de sus cartas que se relacione con lo que ha dicho el jugador anterior y se revuelven entre todas. Se van obteniendo puntos y avanzando en un tablero. El juego contiene extensiones.

*Este juego se destaca por la **interpretación** que se le quiere dar a una **carta** dependiendo de cada persona, en donde todos los jugadores participan dentro de esa misma interpretación.*

*Existen **extensiones** para que las cartas no sean siempre las mismas.*

## II. Referentes visuales

### 1. Luces de neón



Estas luces representan una noche de fiesta o de junta social, en donde la iluminación es algo esencial para adentrarse en este contexto.

### 2. Albums de reggaetón



Éstos se caracterizan por usar las caras de los artistas en las carátulas de los álbumes, además de utilizar efectos gráficos de luces parecidos a las de neón y el color negro como elemento esencial.



### 3. Wom

Es una empresa de telecomunicaciones que se caracteriza por ser revolucionaria. Sus publicidades tienen un carácter joven y libre que se aleja de lo tradicional y sus gráficas utilizan colores fuertes y llamativos.

## IV. USUARIO Y CONTEXTO

“Existe escaso consenso respecto a cuándo comienza y finaliza la adolescencia, entre otras cosas, porque si bien su inicio se asocia generalmente a fenómenos biológicos (pubertad) y su término a hitos psicosociales (adopción de roles y responsabilidades de la adultez), hay gran variabilidad individual en las edades en que ambos se producen.” (Gaete, 2015)

Tradicionalmente según la OMS, la adolescencia abarca entre los 10 a los 19 años de edad, sin embargo, hoy en día existen especialistas que indican que ésta comprende desde los 10 a los 25, debido al retraso que se ha producido en el logro de la madurez social. “Hoy en día los jóvenes demoran más tiempo en completar su educación, lo que retarda su incorporación a un trabajo estable y con ello la adquisición de su independencia y la adopción de roles propios de la adultez.” (Gaete, 2015)

Las fases de la adolescencia serían aproximadamente,

- 1. Adolescencia temprana:** desde los 10 a los 13-14 años.
- 2. Adolescencia media:** desde los 14-15 a los 16-17 años.
- 3. Adolescencia tardía:** desde los 17-18 años en adelante.

Habitualmente, estas fases se desarrollan de manera más adelantada en las mujeres que en los hombres, debido a que ellas inician antes su pubertad.

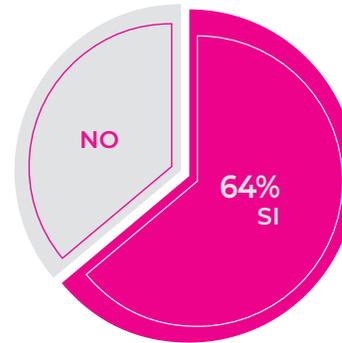
Es por esto, que los usuarios son **mujeres y hombres adolescentes entre 13 y 20 años** que escuchan el género musical del reggaetón. Se caracterizan por estar en una etapa de desarrollo de la búsqueda de su identidad y de independización de sus padres, por lo que muchas veces están preocupados de lo que los demás perciben de ellos, se dejan llevar por su grupo de pares y no saben aún muy bien lo que quieren ni lo que es correcto, por lo que la música puede ser un factor influyente para generar reflexión, en esta etapa de su vida.

Entre los múltiples factores que caracterizan esta etapa hay dos especialmente importantes, por el efecto que producen, según la psicóloga Valentina Romo: el primero de ellos, el más importante, es el grupo de pares; el otro, es el sistema de escenarios que hacen de marco al encuentro de cotidianidad de dichos grupos. “Hoy en día los medios como agentes socializadores también son un factor importante en los adolescentes, pues aprenden pautas culturales y adquieren experiencias de vida” (Téramo, 2006).

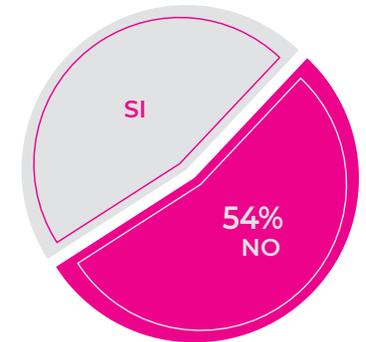
Como parte de la investigación sobre el tema se realizaron **entrevistas y una encuesta** a 146 adolescentes dentro de este rango etario (13-20), dirigida a jóvenes de distintas comunas que escuchan reggaetón habitualmente, entre ellas Las Condes, Lo Barnechea, Vitacura, La Reina y La Pintana, no se consideró segmentar de acuerdo a clasificaciones socioeconómicas, ya que este tipo de música es considerada de consumo transversal, por lo que puede llegar para todos por igual. En preguntas generales, tanto hombres (51) como mujeres (95) consideraban que la música era importante en su vida, porque entretiene, acompaña e influye en sus estados anímicos, siendo los lugares de encuentro donde escuchan música, principalmente en alguna casa, las fiestas, las plazas o el colegio, espacios que disfrutan con amigos y tienen más libertad.

Dentro de las preguntas más específicas sobre el reggaetón, hubo cifras que llamaron la atención y que sirvieron para conocer aún mejor al usuario:

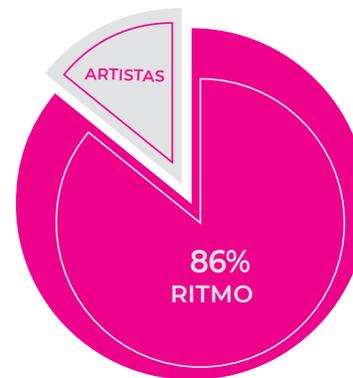
**Cuando escuchas reggaetón, ¿Habitualmente te das cuenta de qué tratan las letras de sus canciones?**



**¿Has decidido dejar de escuchar una canción por su letra?**



**¿Por qué escuchas reggaetón?**



**¿Algún amigo/a te ha mostrado/recomendado alguna vez una canción de reggaetón?**

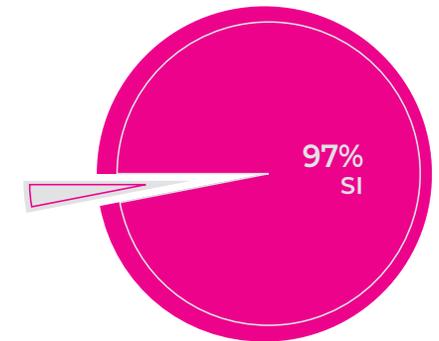


Figura 3, 4, 5 y 6 elaboración propia.  
Datos: Encuesta 2020

Se obtiene de estos resultados que más de la mitad de los entrevistados sí se percata de la letra de las canciones de reggaetón, sin embargo no las deja de escuchar por su contenido. A la mayoría de ellos se le ha recomendado una canción de este género por algún amigo, indicando así que los pares son una gran influencia dentro de esta etapa.

Se pueden identificar dos tipos de **consumidores** de reggaetón, los **pasivos** y los **activos**. Dentro del primero están aquellos adolescentes que lo escuchan porque sus amigos lo hacen y porque es el género que predomina en fiestas o juntas sociales, está de moda y no les queda otra que adaptarse a éste, sin embargo, igual lo disfrutan en el momento por el ritmo pegajoso que tiene. Y los consumidores activos que son aquellos que lo escuchan porque les interesa, conocen gran parte de sus canciones y les gusta este género o sus artistas, hacen un seguimiento a éstos por medio de las redes sociales y están atentos a los nuevos hits que saldrán

Por otra parte, en relación a los **juegos de mesa, existen dos tipos de usuarios**, diferenciándose en su forma de acceder a éstos. Los primeros son los **pioneros**, los que compran los juegos, tienen una gran variedad y a la hora de jugar son los que lideran. Y en segundo lugar tenemos los usuarios **casuales**, los cuales juegan estos juegos porque sus amigos lo hacen, o más bien, un pionero se los enseñó.

*“La verdad es que a veces escucho canciones de reggaetón porque me gustan y otras veces solamente porque son tendencia”*

*“Sólo lo escucho cuando necesito animarme y para bailar, pero escuchar la letra es un desagrado”*

*“No me gusta bailar otra cosa que no sea reggaetón, además es en español, entonces uno se aprende la letra y es muy fácil cantarla”*

*“Hay gente que se sabe la letra de las canciones y la canta, pero no tiene idea de lo que se está hablando”*

*“Yo personalmente nunca pienso las letras de las canciones de reggaetón, las anto con toda la pasión del mundo, pero realmente no escucho lo que dicen”*

*“Creo que los temas que se tratan en el reggaetón no se hablan nada, siempre los hemos normalizado y nadie nos ha abierto los ojos con lo que se está escuchando y creo que es porque es algo que todos escuchamos”*

Los adolescentes comienzan a experimentar la necesidad de ir buscando sus propios espacios de desarrollo en donde su principal apoyo pasan a ser los amigos, comparten experiencias, emociones, gustos musicales, formas de vestir, intereses, entre otros. En definitiva con sus pares se sienten libres y abiertos. Es por esto que el proyecto busca enfocarse en un contexto social con los amigos en donde se genere un tiempo de calidad y al mismo tiempo se pueda reflexionar sobre un tema contingente de hoy en día.

Según un informe del Instituto Nacional de Estadísticas, los jóvenes entre 12 y 24 años son quienes cuentan con más tiempo de actividades de vida social y ocio, con un promedio de casi 8 horas diarias, destacando principalmente el compartir con amigos y navegar por internet.

Por otro lado, hay que tener en cuenta que durante este último año nos vimos afectados por una pandemia mundial que generó que todas las personas nos relacionáramos entre sí de una manera distante. Debido a esto es que para el proyecto se tuvieron que tomar en cuenta estas medidas sanitarias para que se pueda desarrollar dentro de este contexto, manteniendo la distancia entre los jugadores y haciendo los elementos de un material impermeable para poder ser sanitizado después de cada partida. Después de haber estado encerrados por tanto tiempo y pegados a la tecnología, el juego de mesa busca volver a mirarnos cara a cara, socializar con tus pares y dejar de lado los videojuegos de pantallas, al menos por un rato.



Fotografía por Pexels

# **05. DESARROLLO DEL PROYECTO**

- Metodología
- Prototipos y testeos

# 05

## I. METODOLOGÍA DEL PROYECTO

Para llevar a cabo la propuesta del proyecto, se decide utilizar la metodología del Doble Diamante de Design Council. Los diamantes representan el proceso de divergencia y convergencia que ocurren en el desarrollo del proyecto, el primero permite abarcar una gran cantidad de ideas y puntos de vistas y el segundo proceso, de convergencia, la selección y reducción a la mejor idea. Cabe destacar que este proceso no es completamente lineal, ya que durante éste ocurrieron diferentes situaciones que requirieron retroceder, replantear ideas y modificar detalles para seguir avanzando. La metodología se compone de 4 fases, Descubrir, Definir, Desarrollar y Entregar.

**Descubrir:** esta etapa es la exploratoria de la metodología, se caracteriza por un proceso de inspiración y de levantamiento de información. Se hace una revisión de literatura, entrevistas y encuestas a los usuarios y a especialistas en el tema. Esta etapa se lleva a cabo en Seminario de Título y es aquí donde se comienza a identificar la oportunidad de diseño.

**Definir:** en esta etapa se comienzan a tomar decisiones y a cruzar información con respecto a todo lo rescatado anteriormente. Se definen interacciones críticas y la problemática, además se hace una amplia búsqueda de antecedentes y referentes que ayudaron a visualizar las primeras propuestas del proyecto.

**Desarrollar:** se comienzan a idear posibles soluciones al problema, se realizan distintos prototipos y testeos, obteniendo resultados pertinentes de fortalezas y debilidades de cada alternativa que permitirán ir ajustando detalles en cada una para así llegar al resultado final.

**Entregar:** luego de obtener las conclusiones y modificaciones de la etapa anterior, se llega al resultado de la propuesta final. Se trabaja en su primera implementación y se definen los medios para lograr que la propuesta se lleve a cabo.

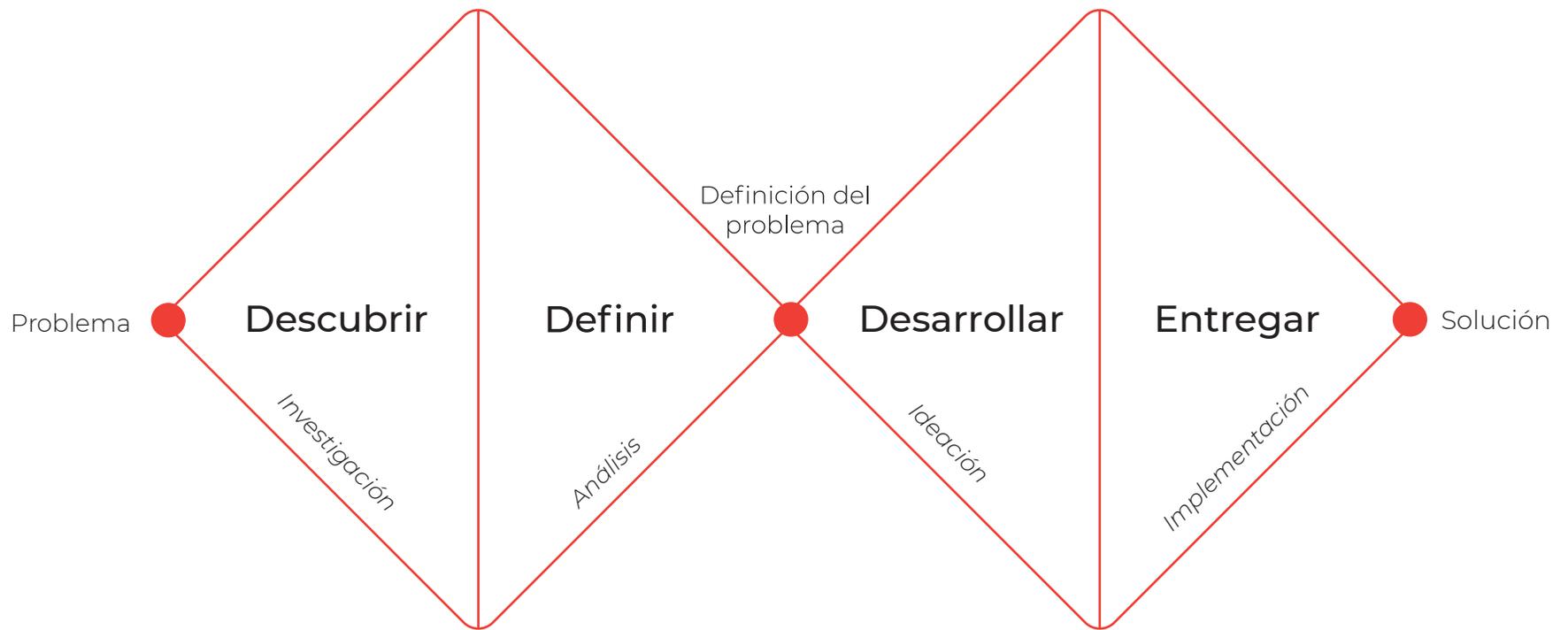


Figura 7, elaboración propia.  
Información: Design Council

## II. ENCUESTA

Para comenzar a idear el juego se decide hacer una encuesta al usuario (21 adolescentes) a través de google forms para obtener información sobre qué buscan en un juego, por lo que se hacen tres preguntas en donde se proponen algunos componentes y ellos deban idear otros. Se les introduce sobre la problemática del proyecto y la oportunidad que se tiene mediante la visualización de las frases de reggaetón en un juego.

Las respuestas que se obtuvieron fueron:

**Para que un juego de reggaetón sea entretenido y se pueda reflexionar sobre lo que transmite, este debe tener:**

Preguntas  
Premios  
Canciones nuevas y antiguas  
Karaoke  
Frases de reggaetón buenas y malas  
Música  
Competencia  
Muchos artistas

**En el juego, que los usuarios podamos:**

Ver quién va ganando  
Cantar  
Bailar  
Escuchar música  
Jugarlo con amigos  
Ganar puntos

**El juego debe verse:**

Nocturno  
Atractivo  
Choro  
Como si fuera una fiesta  
Colores fuertes  
Joven

### III. PRIMER PROTOTIPO Y TESTEO

A comienzos del desarrollo del proyecto, el juego iba a consistir en una aplicación lúdica para celulares, adaptándose al contexto de cuarentena que hacía muy difícil juntarse para jugar un juego de mesa.

Para este primer prototipo se realizó un mockup para ver cómo serían las interacciones del juego y luego se utilizó una página de internet para simular la aplicación lúdica con el objetivo de ver qué tan **atractivo** era el juego y si **reflexionaban** sobre los estereotipos de las canciones.

El juego constaba de **tres bloques de juegos con tres preguntas de alternativas cada uno:**

- **Diccionario urbano**, en el cual se debía adivinar el sinónimo de una palabra utilizada normalmente en las canciones de reggaetón, o se daba el significado de alguna de estas y se tenía que seleccionar la alternativa con la palabra correspondiente a ese significado.

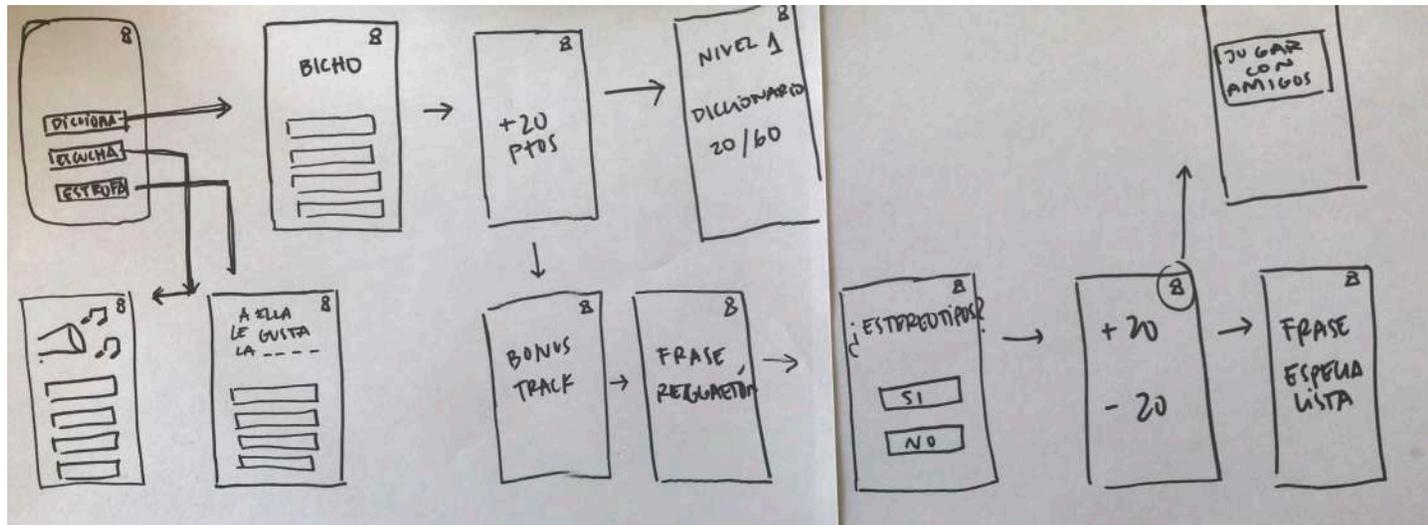
- **Escucha reggaetón**, en esta sección se escuchaba una parte de alguna canción y se debía adivinar el nombre de ésta o el artista que la cantaba.

- **Completa la estrofa**, este bloque consistía en poner estrofas de reggaetón incompletas, y completar con la estrofa que falta.

Para cada juego se daba un tiempo de 7 segundos para responder correctamente.

Cada respuesta correcta sumaba 20 puntos, dando un total de 60 puntos para cada ronda de juego.

Además habían dos Bonus Track, los cuales otorgaban 10 puntos a cada sección si la respuesta estaba correcta y restaba 10 si ésta era incorrecta. En cada Bonus Track se mostraba una frase de alguna canción de reggaetón que contuviera o no estereotipos o violencia simbólica, para luego preguntar si se reconocía o no alguno de estos conceptos en la frase, y luego de cada respuesta aparecía una frase de algún especialista, artista, adolescente o alguna cifra que invitara a pensar sobre estas frases en las canciones de reggaetón. Estos Bonus Track aparecían de sorpresa.



Mockup primer prototipo



Inicio



Diccionario



Escucha reggaetón



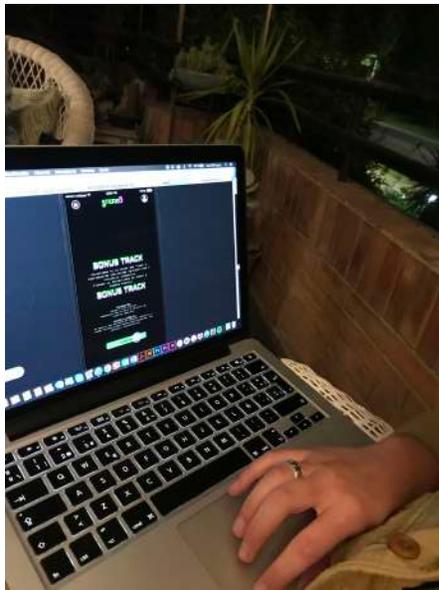
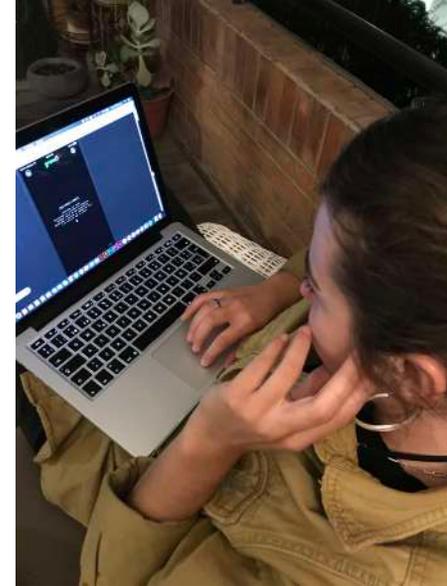
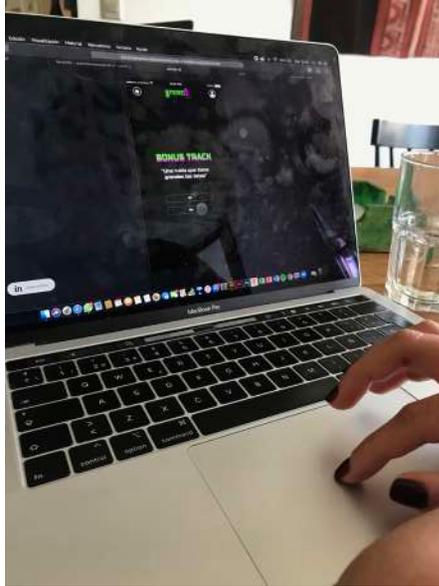
Completa la estrofa



Bonus Track

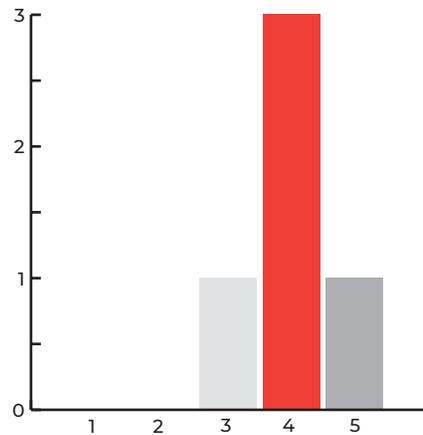


Perfil

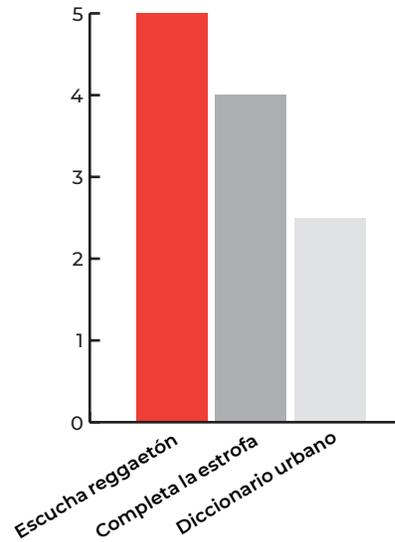


**RESULTADOS TESTEO:** Se testeó con 5 adolescentes y al finalizar éste se le hicieron algunas preguntas para obtener estos resultados

¿Cómo calificarías la entretención del juego del 1 (aburrido) al 5 (entretenido)?



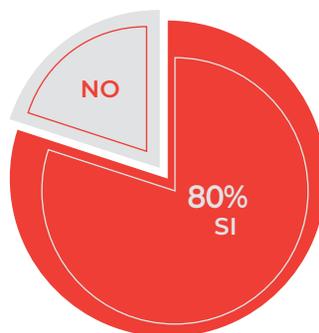
¿Cómo calificarías la entretención de cada bloque del 1 (aburrido) al 5 (entretenido)?



El **100%** de los usuarios entendió como jugar

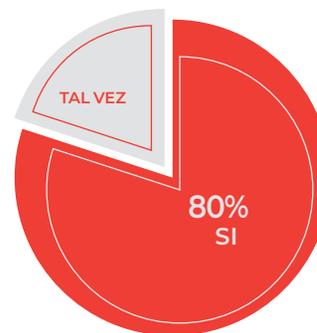
*Comentaron que no se entendía muy bien para qué eran los puntos, qué pasaba con el puntaje*

Los Bonus Track, ¿te hicieron reflexionar sobre los estereotipos y la violencia simbólica?



*Luego de esta pregunta comentaron que podría ser más evidente.*

¿Jugarías de nuevo?



¿Crees que al escribir las letras de las canciones te ayuda a visualizar y analizar su contenido lírico de mejor manera que solo escucharla?

**SI 100%**

*Figura 8 - 11, elaboración propia. Información: Encuesta usuarios*

## IV. RE-DISEÑO DEL JUEGO

Se decidió rediseñar el juego, manteniendo la misma modalidad de categorías, pero llevándolo a un juego de mesa, debido a que éstos la mayoría de las veces tienen más éxito que los videojuegos y porque en el celular no hay interacción presencial del usuario con sus pares, siendo necesaria y muy importante para él, ya que son un factor que caracterizan esta etapa, así también como lo es el contexto que hace ocurrir estos encuentros, el cual se otorgaría por el juego de mesa.

“Lo más importante a tener en cuenta cuando se habla del diseño de juegos de mesa en contraste con los videojuegos es el **posicionamiento físico y mental de los jugadores y la experiencia que surge de esas posiciones.** (...) En los juegos de mesa más efectivos, los jugadores rodean físicamente un espacio e interactúan con los elementos del tablero y entre ellos. En los videojuegos más populares, el jugador asume un avatar o personaje para interactuar con un entorno virtual y otros avatares en ese espacio. Entonces, **la experiencia del videojuego como experiencia humana está agregando uno o más niveles de separación entre los jugadores tanto física como mentalmente.** Cuando los jugadores asumen un personaje en un juego de mesa, deben convertirse en ese personaje como lo hace un actor en el escenario de muchas maneras. A partir de esto, se produce una dinámica completamente diferente de aprendizaje informal.” (Hawkinson, 2013)

## V. SEGUNDO PROTOTIPO Y TESTEO



Para el primer prototipo se trató de hacer la misma modalidad del juego para celular, pero de una manera más dinámica, el prototipo se realizó para poder jugar entre un mínimo de 2 personas y máximo de 3. El objetivo de este prototipo fue el mismo del anterior, ver el **atractivo del juego, su usabilidad y el grado de reflexión** de los usuarios frente a las frases dadas.

El juego constaba de 3 mazos de 8 tarjetas cada uno, cada una de ellas tenía un código QR, los cuales permiten acceder a distintas canciones de reggaetón para ser reproducidas en cada turno. Abajo de cada código se indica en qué y hasta cuál segundo se debe escuchar la canción. (5 seg. aprox) Además habían 3 tarjetas de “tablero”, una para cada jugador, que indican el orden de cómo deben estar las tarjetas de colores a la hora de jugar.

Cada mazo de tarjetas tenía un color representativo, indicando los distintos juegos que se utilizarían:

**Blanco:** pregunta con alternativas respecto a la canción reproducida.

**Blanco con dorado:** completa la estrofa de la canción reproducida.

**Rosado:** adivina el nombre de la canción con las letras dadas. (Se creó este nuevo juego en reemplazo del diccionario, del primer prototipo digital)

Estas tarjetas de colores podían ser canjeadas por las “super tarjetas”, las cuales contienen una frase de alguna canción de reggaetón y por el reverso una frase que invita a reflexionar, además de trampas o premios, tipo pierdes un punto o saltas al de al lado.

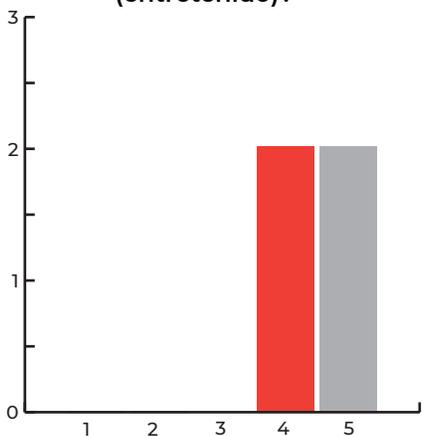
Se realizó una tabla de canje para ver cuándo se podían cambiar tarjetas de colores por las super tarjetas.

Para comenzar el juego, los jugadores deben armar su tablero en frente suyo según el orden que les tocó. Comienza el jugador de mayor edad y la persona que tiene a su derecha es quién le hace la pregunta de su tarjeta. Si el jugador acierta gana un punto (representado por corbatitas), deja su tarjeta preguntada en el tablero y sigue el siguiente jugador según las manillas del reloj. Si la respuesta es incorrecta pasa al siguiente jugador y la tarjeta es sacada del tablero. Continúa el juego así sucesivamente hasta terminar todas las tarjetas del tablero. Gana el juego la persona que tenga más puntos y haya ganado mínimo una super tarjeta.

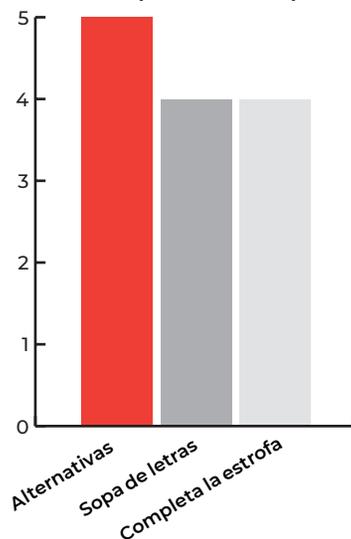


**RESULTADOS TESTEO:** Al finalizar el testeo se le hicieron algunas preguntas al usuario para obtener estos resultados

¿Cómo calificarías la entretención del juego del 1 (aburrido) al 5 (entretenido)?



¿Cómo calificarías la entretención cada bloque del 1 (aburrido) al 5 (entretenido)?



Las supertarjetas, ¿te hicieron reflexionar sobre los estereotipos y la violencia simbólica?

## MÁS O MENOS

*Se fijaron más en los premios y trampas de las cartas, a veces no leían las frases de especialistas o las cifras dadas.*

¿Qué te pareció el tiempo para reproducir las canciones?



*Sin embargo, encontraron que el juego de la sopa de letras era muy difícil, se repetía mucho la frase "dame una pista", "pon un poco más de la canción" cuando les tocaba jugar estas tarjetas.*

El **100%** de los usuarios volvería a jugar

Figura 12 - 15, elaboración propia.  
Información: Encuesta usuarios

## OTRAS OBSERVACIONES

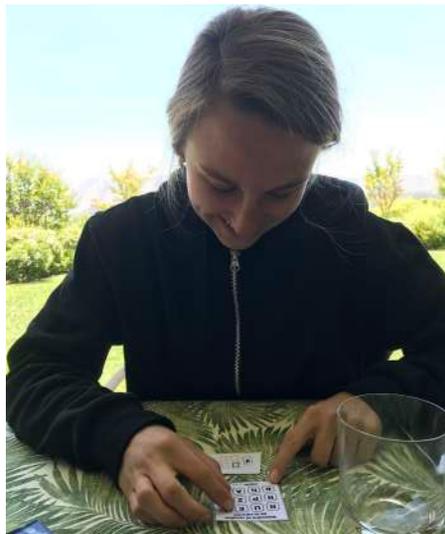
- Bailaban en las canciones, a veces las seguían reproduciendo
- En un principio se distribuyeron 6 corbatitas a cada uno de los participantes del juego y ellos mismos los juntaron e iban sacando del montón cuando iban ganando. No eran necesarios los puntos, ya que dejando las tarjetas ganadas en el tablero se sabía cuantos puntos llevaba cada uno.

## VI. TERCER PROTOTIPO Y TESTEO

El tercer prototipo consistió en la misma dinámica del anterior, con los cambios necesarios:

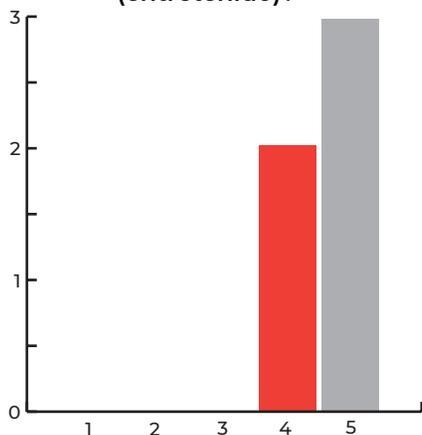


Elemento	Cambios
Tiempo de reproducción	Se <b>añadió</b> el tiempo para escuchar la canción.
Sopa de letras	Se le agregó una <b>pista</b> para el juego de la sopa de letras y se <b>disminuyeron la cantidad de letras</b> , para que se reduzca la dificultad.
Supertarjetas	Las “super tarjetas” se quedaron con la frase de alguna canción de reggaetón por un lado y por el otro sólo la trampa o premio para el jugador. <b>Se le sacaron las frases de especialistas.</b>
Reflexión	Se creó una <b>segunda parte del juego</b> para motivar la reflexión, consistente en tarjetas que invitan a leer detenidamente las frases de las supertarjetas ganadas una vez terminado el juego, para lo cual, por el reverso de éstas hay una pregunta que invita a pensar en lo que dice, como por ejemplo: ¿Qué opinas al respecto de estas frases?, ¿Te identificas con alguna?, ¿Crees que estas frases se deben normalizar?, entre otras.
Tablero (Nueva Jugada)	Además se probó otro tipo de jugada, en donde los jugadores no debían armar el tablero correspondiente (6 cartas) a su tarjeta previo al juego y jugar con ese orden, sino que ir <b>completando el tablero</b> (4 cartas) a medida que transcurre el juego. Por ejemplo, si la primera carta era una rosada, debía sacar una del mazo y responder correctamente, si no era así, se debía continuar sacando cartas rosadas hasta responder y ahí recién se ganaba la carta. Gana el jugador que completa el tablero primero, por lo que ya <b>no hay necesidad de puntos.</b>



**RESULTADOS TESTEO:** Al finalizar el testeo se le hicieron algunas preguntas al usuario y hubieron aportes de parte de ellos para obtener estos resultados

¿Cómo calificarías la entretención del juego del 1 (aburrido) al 5 (entretenido)?



El **100%** de los usuarios encontró que la cantidad de cartas (4) en el tablero era la correcta.

El **100%** de los usuarios volvería a jugar.

¿Qué te pareció el tiempo para reproducir las canciones?



La segunda parte del juego, ¿te hizo reflexionar sobre los estereotipos y la violencia simbólica?



Figura 16 - 18, elaboración propia.  
Información: Encuesta usuarios

#### OTRAS OBSERVACIONES

- Dentro del juego siguió surgiendo “**dame una pista**” o “**reproduce más la canción**” a pesar de haberles aumentado el tiempo y haberle agregado pistas al juego de las letras.

- Por otro lado, a pesar de que si hubo una **mayor reflexión**, ya que se conversó de las frases de las supertarjetas, esta reflexión **no se hacía necesaria**, ya que había **terminado el juego** y era la parte considerada “fome” del juego. Además de que a veces tenían dudas o no sabían qué responder

- Al finalizar el juego, **siguieron jugando con las cartas** que habían sobrado, pero al azar, haciéndose las preguntas entre ellas de una manera más rápida.

- La nueva modalidad de jugar funcionó bien.  
“*Me gusta que sea como completar los quesitos del trivium*” - Candelaria

## VII. CUARTO PROTOTIPO Y TESTEO

El cuarto prototipo consistió en la misma dinámica del anterior, con los cambios necesarios:



Elemento	Cambios
Comodines	Se decide crear “comodines” para cada jugador en caso de que la pregunta esté muy difícil. Se realiza uno para <b>aumentar el tiempo</b> y otro para <b>obtener una pista</b> .
Reflexión	La reflexión se logró realizar <b>dentro del tiempo del juego y de manera que se facilite la respuesta</b> , por lo que para ganar las supertarjetas se debía relacionar la frase de ésta con alguna <b>expresión</b> dada en otras tarjetas, éstas mostraban el disgusto o apruebo de estas frases. Se dieron expresiones en un lenguaje común para que una vez finalizado el juego, en conjunto con las adolescentes las transformáramos en expresiones que utilizan un <b>idioma urbano</b> , para así hacerlas más pertinentes al juego. Primero se recolectaron palabras típicas que se utilizan en las canciones de reggaetón, para que luego, mediante ellas se fueran creando las expresiones. Además para que haya una mayor participación dentro de esta “reflexión”, los demás jugadores deberán alzar su dedo pulgar si coinciden con la respuesta del jugador o bajar el dedo si no están de acuerdo.
Tabla de canje	Por otro lado se <b>eliminó la tabla de canje</b> , ya que con solo explicar en las instrucciones que teniendo dos cartas ganadas, se podía obtener una supertarjeta bastaba.

✓ Va conmigo → ~~Pero~~ Flow  
 ✓ Me siento bien → Chanel/Caca  
 ✓ Me gusta → Yeah  
 X No me gusta Bebe  
 X No va conmigo ~~Pero~~ Baby  
 X No me siento bien Bicho  
 Lambo  
 Chanel

Cangri Caca  
 bellagrita Flow  
 High. ~~Pero~~  
 Brr  
 Bebesita  
 Yeah  
 Bebe  
 Baby  
 Bicho  
 Lambo  
 Chanel



**RESULTADOS TESTEO:** Al finalizar el testeo se le hicieron algunas preguntas al usuario y hubieron aportes de parte de ellos para obtener estos resultados

¿Cómo calificarías la entretención del juego del 1 (aburrido) al 5 (entretenido)?

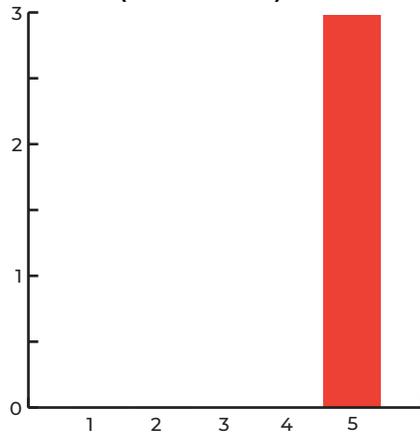


Figura 19, elaboración propia.  
Información: Encuesta usuarios

El **100%** de los usuarios volvería a jugar.

El modo de incluir las frases, ¿los hizo reflexionar sobre los estereotipos y la violencia simbólica?

si **100%**

¿Crees que al escribir las letras de las canciones te ayuda a visualizar y analizar su contenido lírico de mejor manera que solo escucharla?

si **100%**

¿Cuál crees que es el objetivo del juego?

“Pensar lo que escuchamos todos los días en las canciones de reggaetón y darnos cuenta de la letra de ellas.”

“Darse cuenta de los estereotipos que hay en el reggaetón y hoy en día como se sexualiza a la mujer”

“Diversión”, “Entretener”

“Analizar las letras del reggaetón”

“Conocer y conversar sobre distintas opiniones”

#### OTRAS OBSERVACIONES

“El juego es dinámico, me permitió participar a pesar de que no fuera mi turno” - Elisa

“Es entretenido y me gusta que las respuestas a las frases estén predeterminadas, me hizo reflexionar pero de una manera más fácil y chora.” - Titi

- Los 3 jugadores utilizaron mínimo un comodín cada uno.

- Me dieron la idea de **agregar otro mazo** que tenga preguntas de “cultura general” sobre el reggaetón. De esta forma se hace parejo que todos los jugadores jueguen una categoría de cada mazo y no se repita alguno.

- Luego de este testeo, una de las adolescentes me mandó un whatsapp diciéndome que había escuchado la canción que tenía su frase en la radio y que la había analizado y pensado más gracias al juego.

¿Cuál logo encuentras más atractivo?



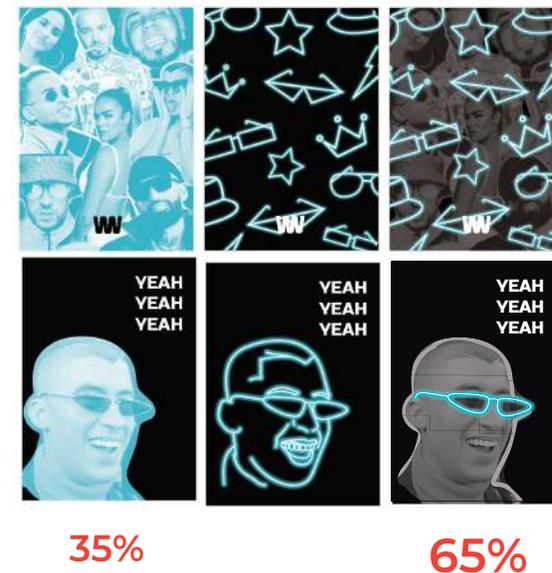
## VIII. TESTEO GRÁFICO

Para el quinto testeo se realizó una encuesta a 20 usuarios, hombres y mujeres en google forms para ver cómo sería la gráfica del juego, qué era más atractivo y qué se relacionaba más con el tema tratado.

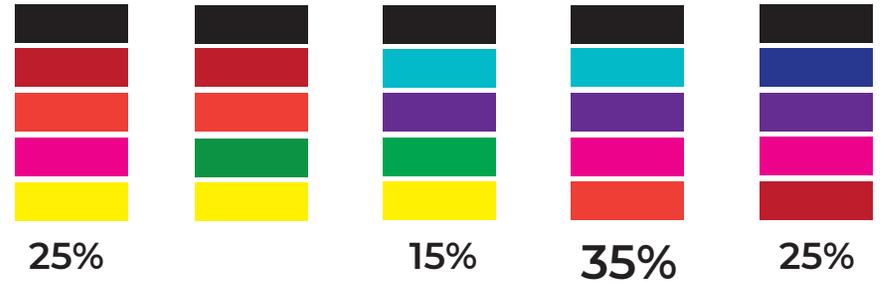
En un principio se preguntó qué era lo primero que se les venía a la mente con la palabra Dembow, en donde las palabras que más se repitieron fueron: **ritmo, reggaetón, música y bailar**, palabras que se relacionan por completo con el proyecto.

Luego de esto, se preguntó por el diseño del logo, la gráfica de las cartas y la paleta de colores que definiría mejor la propuesta. Los resultados fueron los siguientes:

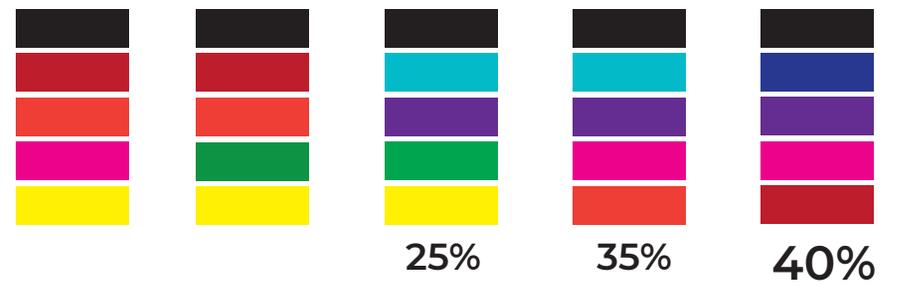
¿Cuál propuesta gráfica de cartas es más atractiva?



Según tu criterio, ¿Cuál paleta de colores te resulta más atractiva?



Según tu criterio, ¿Cuál paleta de colores relacionas al área de música?



## 06. PROPUESTA DE DISEÑO

- Propuesta Final
- Instructivo del juego
- Componentes del juego
- Mapa de viaje del usuario
- Diseño de identidad

06

## I. PROPUESTA FINAL

Después de haber prototipado, testeado y validado se recopiló información suficiente para llegar al resultado de la propuesta final.

“Dembow” es un juego de cartas de reggaetón que promueve la reflexión y visibilización de los estereotipos y la violencia simbólica que tanto caracterizan a este género musical de una manera entretenida, invitando a los adolescentes a sostener conversaciones sobre distintas frases de las canciones, para desarrollar un juicio sobre estos mensajes transmitidos.





## II. INSTRUCTIVO DEL JUEGO

2-4 jugadores  
30 min

**Contenido:**

32 cartas naranjas  
32 cartas moradas  
32 cartas rosadas  
32 cartas celestes  
32 cartas de frases  
24 cartas de tablero  
6 cartas de expresiones  
8 cartas comodín  
1 reloj de tiempo

**Objetivo:**

Ser el primero en completar tu tablero.

**Preparación:**

Cada jugador debe elegir una carta de tablero la cual va a ser su guía para ir completando la jugada.

Se reparte una carta de cada comodín a cada jugador.

En la mesa, se disponen los 4 mazos de cartas de colores y el mazo de las cartas de las frases, éstas mirando hacia arriba, y finalmente las cartas de expresiones a lo largo de la mesa, para que todos los jugadores las puedan ver.

**El juego:**

Comienza jugando el jugador de mayor de edad, ordenándose los turnos en la dirección de las manillas del reloj. El jugador toma la primera de las cartas de colores correspondiente al orden de su tablero y el jugador situado a su derecha es el que le hace la pregunta. Ésta puede o no contener un código QR, el cual enlazará a una ventana de youtube y se deberá reproducir la canción en el tiempo determinado abajo de este código. Tiene un período de tiempo para responder la pregunta a continuación, si la respuesta es correcta, gana la carta, comienza a armar su tablero y pasa al siguiente jugador. Si no la tuvo correcta, se pasa al siguiente jugador, y en su próximo turno debe responder otra pregunta de este color, hasta ganarla, para pasar al siguiente color de su tablero. Así sucesivamente para cada jugador.

Cuando cualquier jugador gana 2 cartas de cualquier color, este puede obtener un tarjetón que contiene las distintas frases de canciones. Sin embargo, para ganarla, debe relacionar esta frase con la expresión que lo represente y ponerla sobre la mesa. A la cuenta de 3, los otros jugadores deberán decidir si coinciden o no, con el dedo pulgar hacia arriba o hacia abajo respectivamente, de esta manera se generará una conversación para dar puntos de vista y argumentos al respecto de su respuesta. Luego de esto, el jugador que obtuvo el tarjetón, puede dar vuelta ésta y obtener la acción especial que alterará el flujo del juego.

**Fin del juego:**

La partida termina cuando un jugador haya completado su tablero, obteniendo un tarjetón para poder ganar.

### III. COMPONENTES DEL JUEGO



**1. Cartas de colores:** Este componente es uno de los más importantes del juego, porque es aquí donde se encuentran las preguntas para ir avanzando en éste.

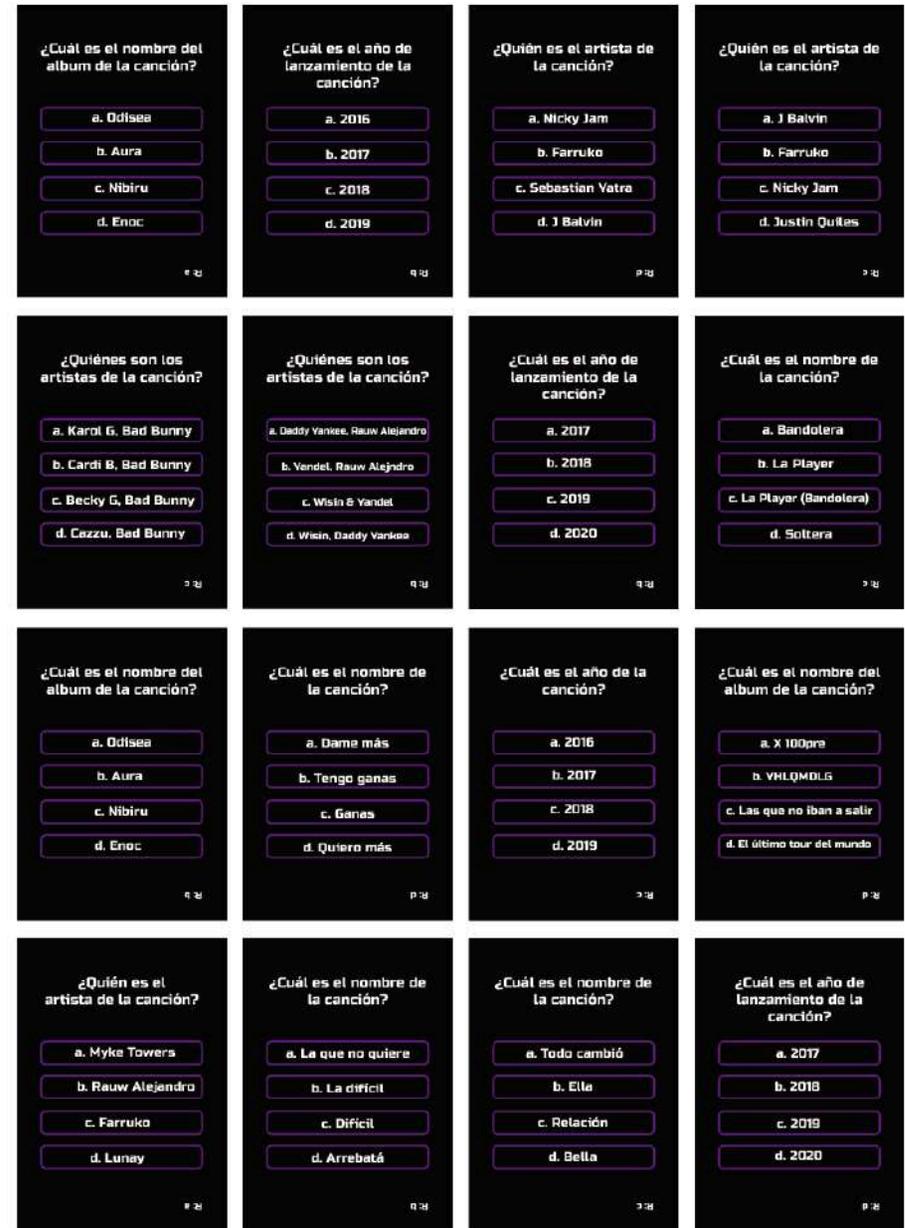
El mazo morado, rosado y naranja contienen en todas sus cartas códigos QR los cuales enlazan a una ventana de Youtube para reproducir la canción y responder la pregunta a continuación. Debajo de cada uno de estos códigos está señalado el período de tiempo en que se debe escuchar esta parte de la canción. El mazo celeste contiene preguntas de cultura general sobre el reggaetón, por lo que no necesita de un código QR.

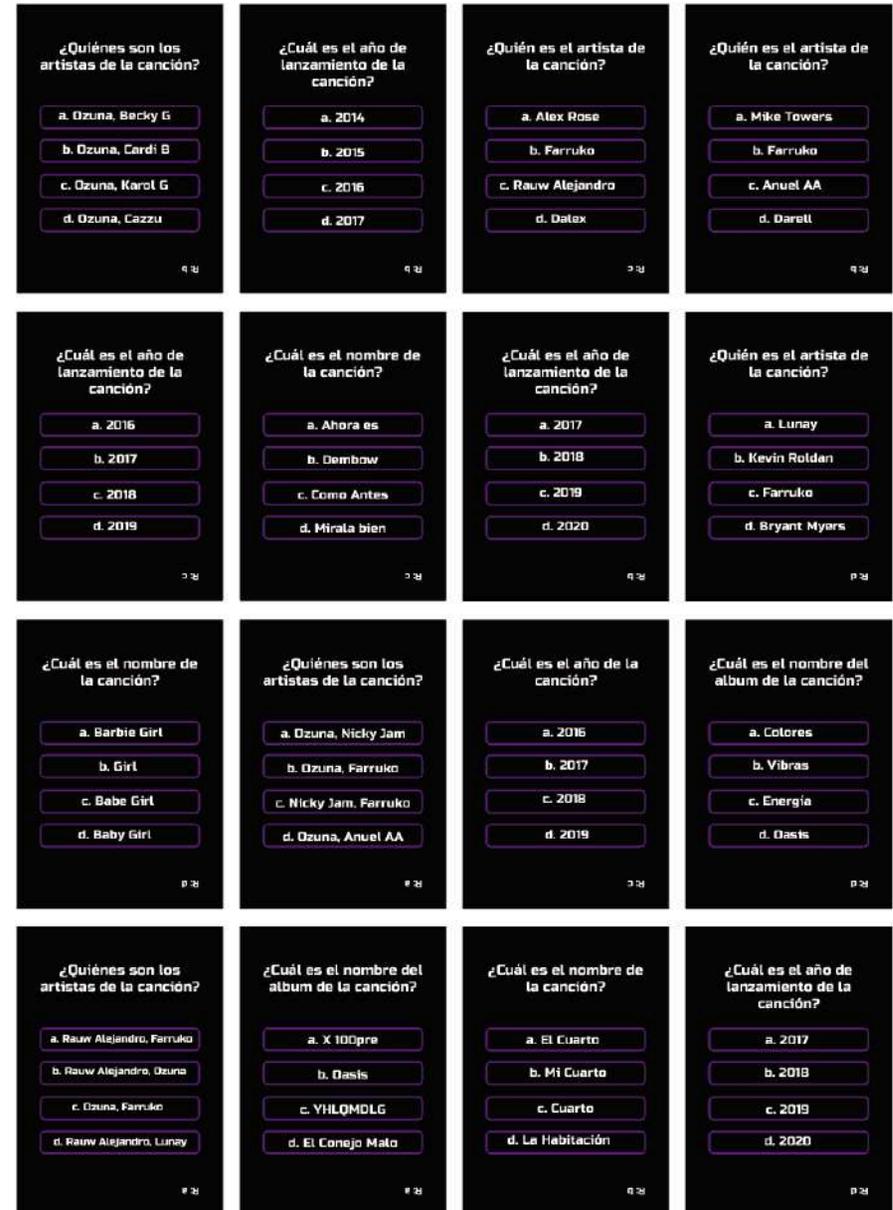
- **Cartas moradas:** contienen preguntas con alternativas sobre la canción reproducida.

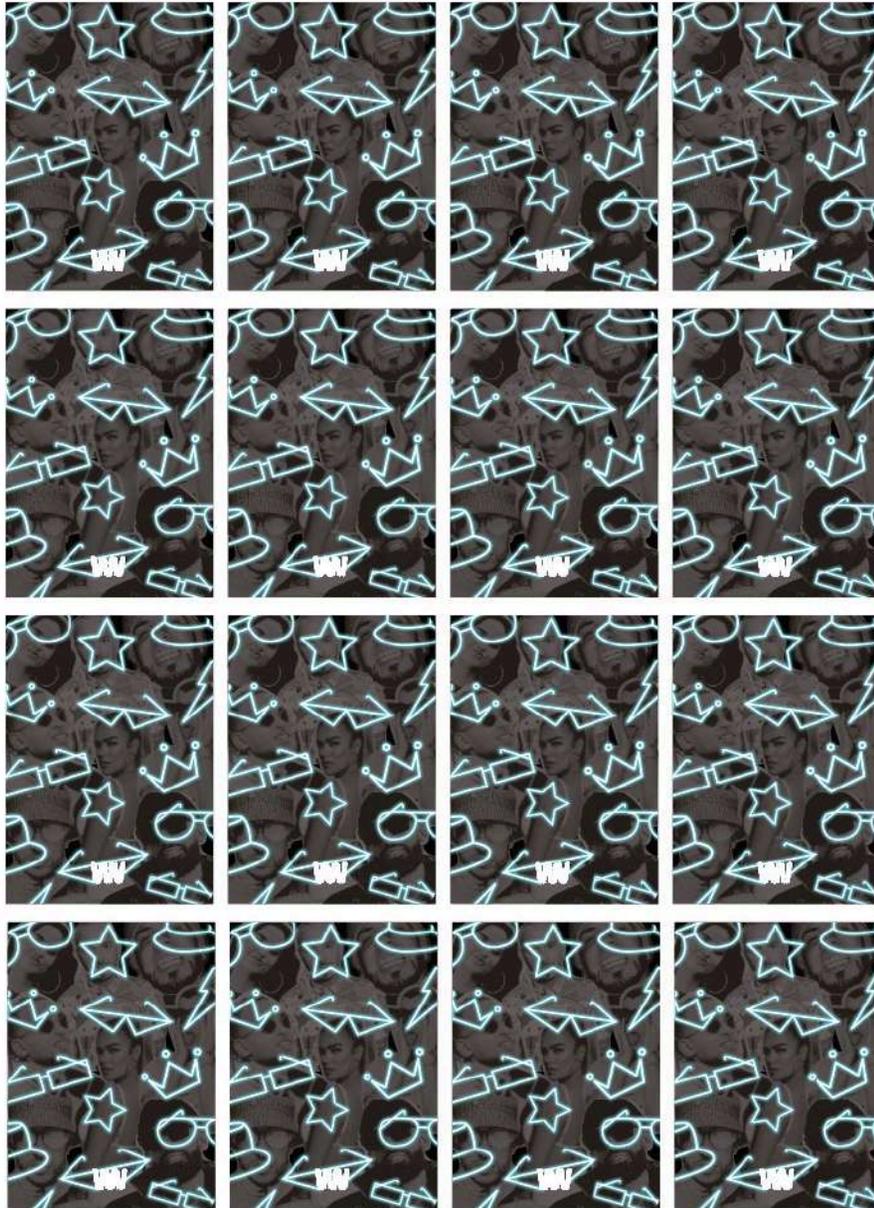
- **Cartas rosadas:** contienen una sopa de letra, donde se deberá encontrar el nombre de la canción, con ayuda de las pistas que están en el espacio inferior

- **Cartas naranjas:** contienen parte de una estrofa, una vez detenida la canción, el jugador debe seguir cantando esa misma estrofa.

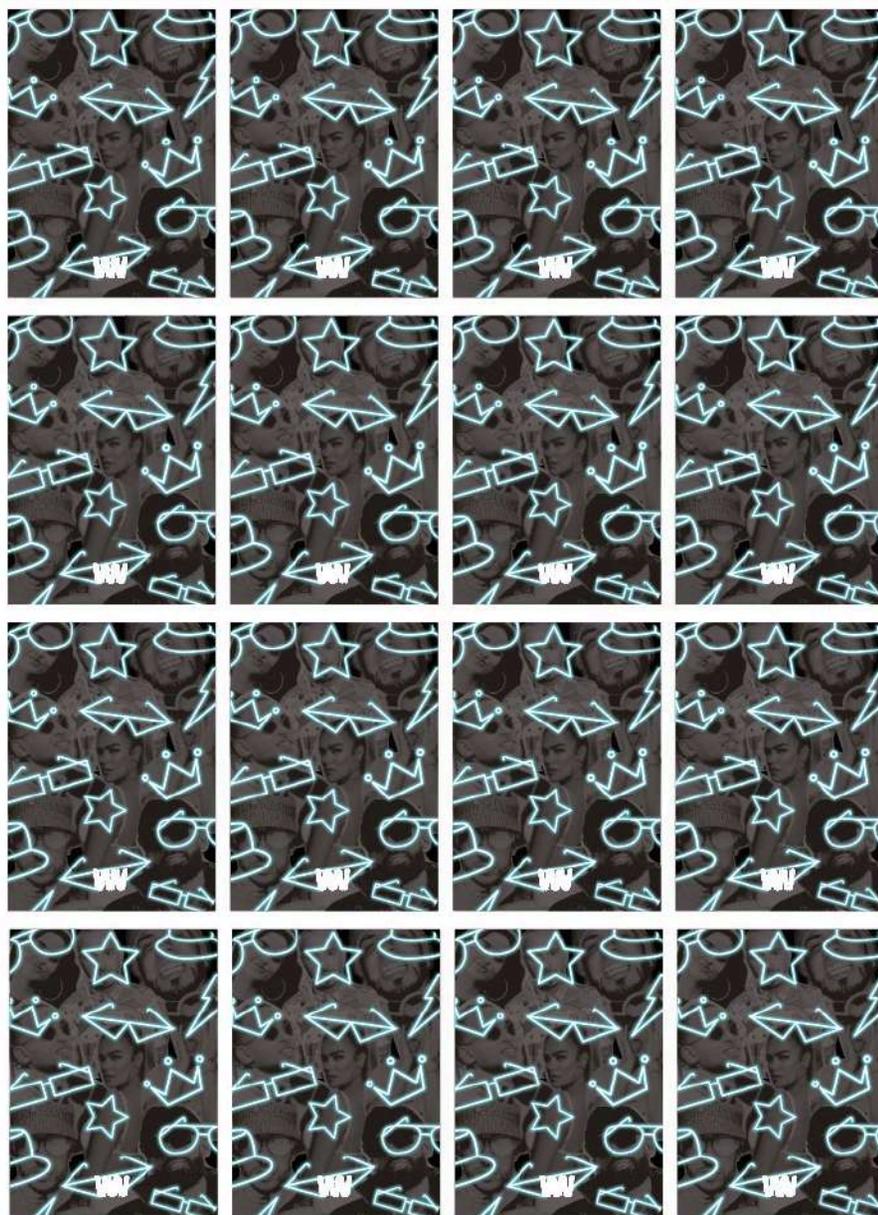
- **Cartas celestes:** contienen preguntas con alternativas de cultura general sobre el reggaetón, sus artistas y canciones.



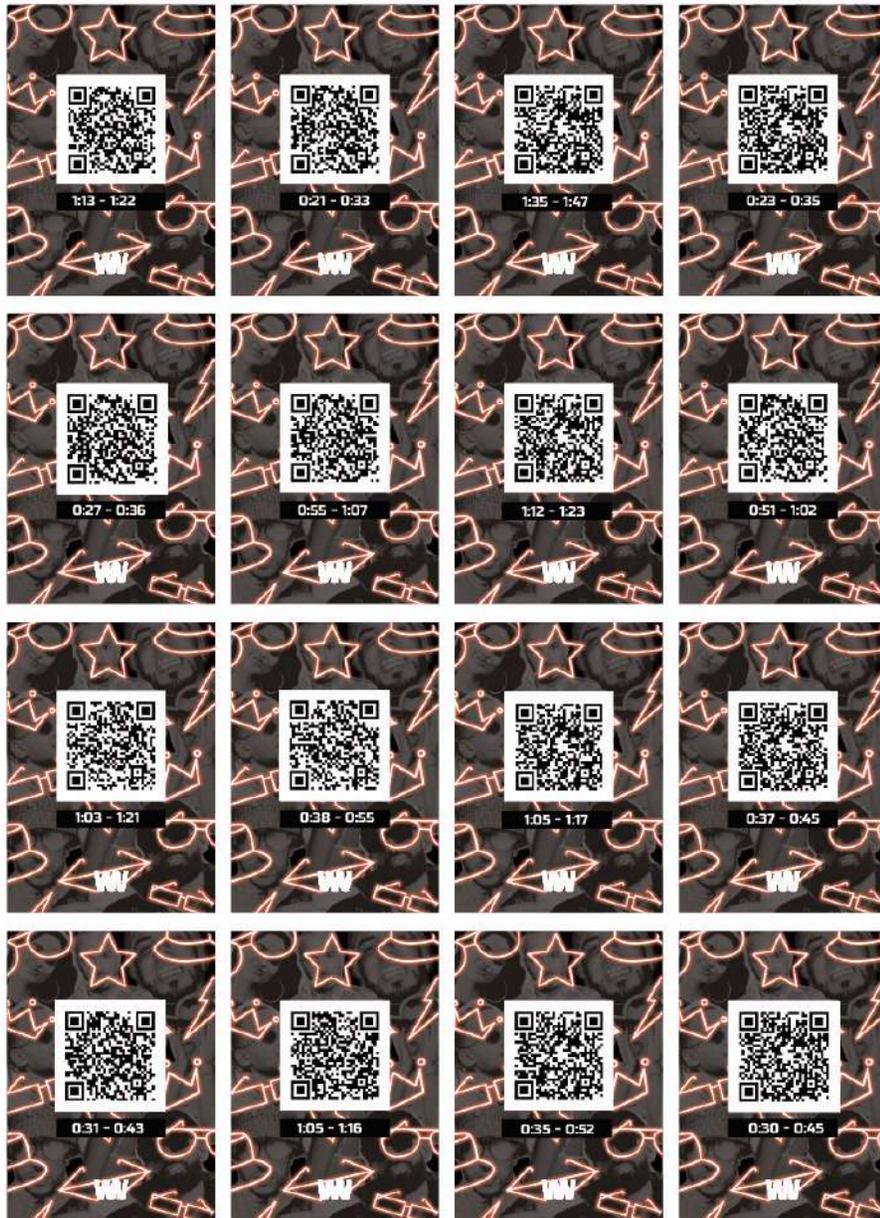




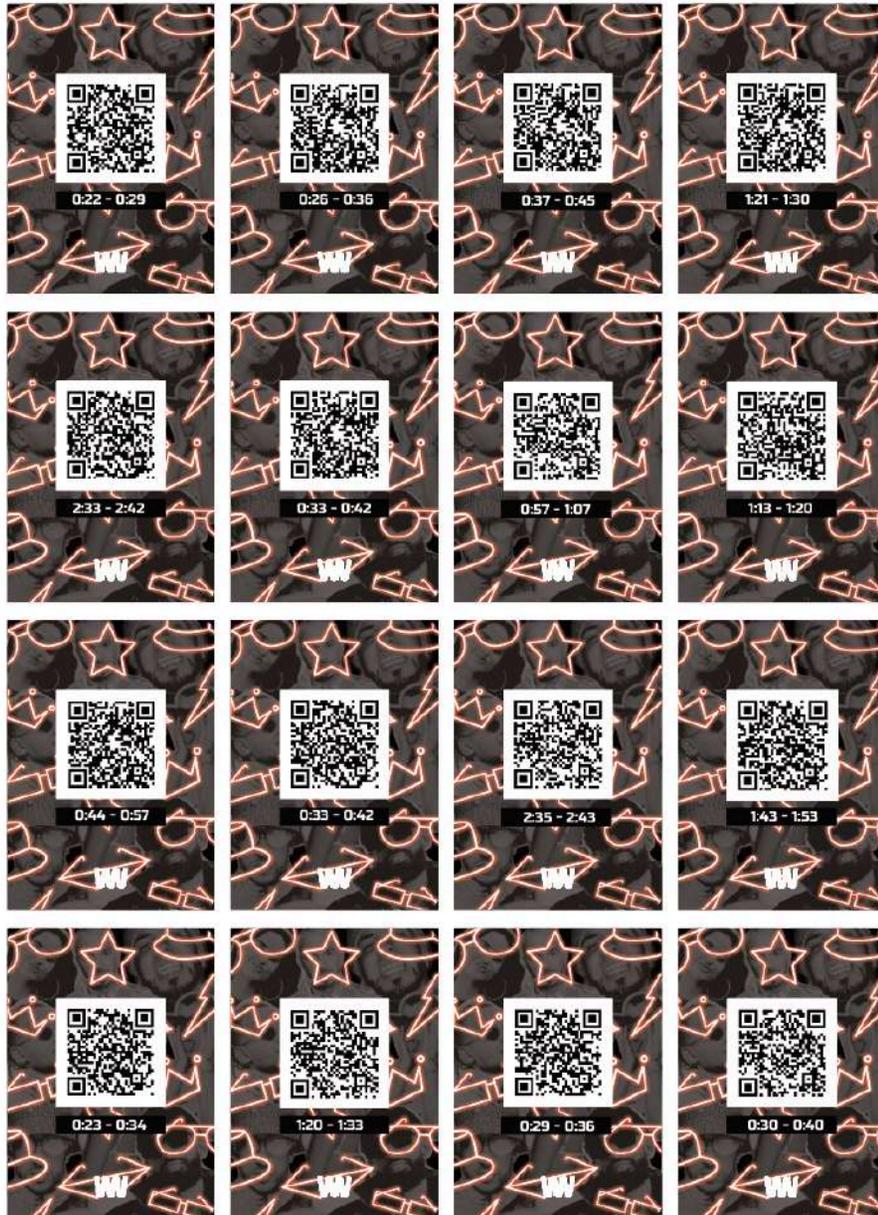
<p>¿Cuál es el nombre verdadero de Ozuna?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. José Antonio Ozuna</li> <li>b. Juan Carlos Ozuna</li> <li>c. Juan Esteban Ozuna</li> <li>d. José Ozuna</li> </ul>	<p>¿Qué año nació Ozuna?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. 1992</li> <li>b. 1993</li> <li>c. 1994</li> <li>d. 1995</li> </ul>	<p>¿Dónde nació Ozuna?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Medellín, Colombia</li> <li>b. Bogotá, Colombia</li> <li>c. Cabo Rojo, Puerto Rico</li> <li>d. San Juan, Puerto Rico</li> </ul>	<p>¿A qué edad mostró interés por la música Ozuna?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. 12 años</li> <li>b. 13 años</li> <li>c. 14 años</li> <li>d. 15 años</li> </ul>
<p>¿Cuál es el nombre verdadero de Nicky Jam?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Nicolás Rivera</li> <li>b. Nicolás Riveros</li> <li>c. Nick Riveros</li> <li>d. Nick Rivera</li> </ul>	<p>¿Qué año nació Nicky Jam?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. 1981</li> <li>b. 1982</li> <li>c. 1983</li> <li>d. 1984</li> </ul>	<p>¿Cuántos hijos tiene Nicky Jam?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. 1</li> <li>b. 2</li> <li>c. 3</li> <li>d. Ninguno</li> </ul>	<p>¿Cuál es la nacionalidad de Nicky Jam?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Estadounidense</li> <li>b. Puertorriqueña</li> <li>c. Colombiana</li> <li>d. Canadiense</li> </ul>
<p>¿Cuál es el nombre verdadero de Karol G?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Karola Navarro</li> <li>b. Karol Navarro</li> <li>c. Carolina Giraldo</li> <li>d. Carol Giraldo</li> </ul>	<p>¿Qué año nació Karol G?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. 1990</li> <li>b. 1991</li> <li>c. 1992</li> <li>d. 1993</li> </ul>	<p>¿Dónde nació Karol G?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Medellín, Colombia</li> <li>b. Bogotá, Colombia</li> <li>c. Cabo Rojo, Puerto Rico</li> <li>d. San Juan, Puerto Rico</li> </ul>	<p>¿En qué programa Karol G. consiguió su primer contrato discográfico?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. American Idol</li> <li>b. The X Factor</li> <li>c. The Voice</li> <li>d. Yo Soy</li> </ul>
<p>¿Cuál es el nombre verdadero de Maluma?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Juan Luis Londoño</li> <li>b. José Luis Londoño</li> <li>c. Luis Javier Londoño</li> <li>d. Juan José Londoño</li> </ul>	<p>¿Qué año nació Maluma?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. 1992</li> <li>b. 1993</li> <li>c. 1994</li> <li>d. 1995</li> </ul>	<p>¿Cómo se llaman los perros de Maluma?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tito y Gloria</li> <li>b. Bonnie y Clyde</li> <li>c. Ken y Barbíe</li> <li>d. Shakira y Pique</li> </ul>	<p>¿Qué canción NO es de J Balvín?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Borro Cassette</li> <li>b. HP</li> <li>c. Sola</li> <li>d. Cuatro babys</li> </ul>



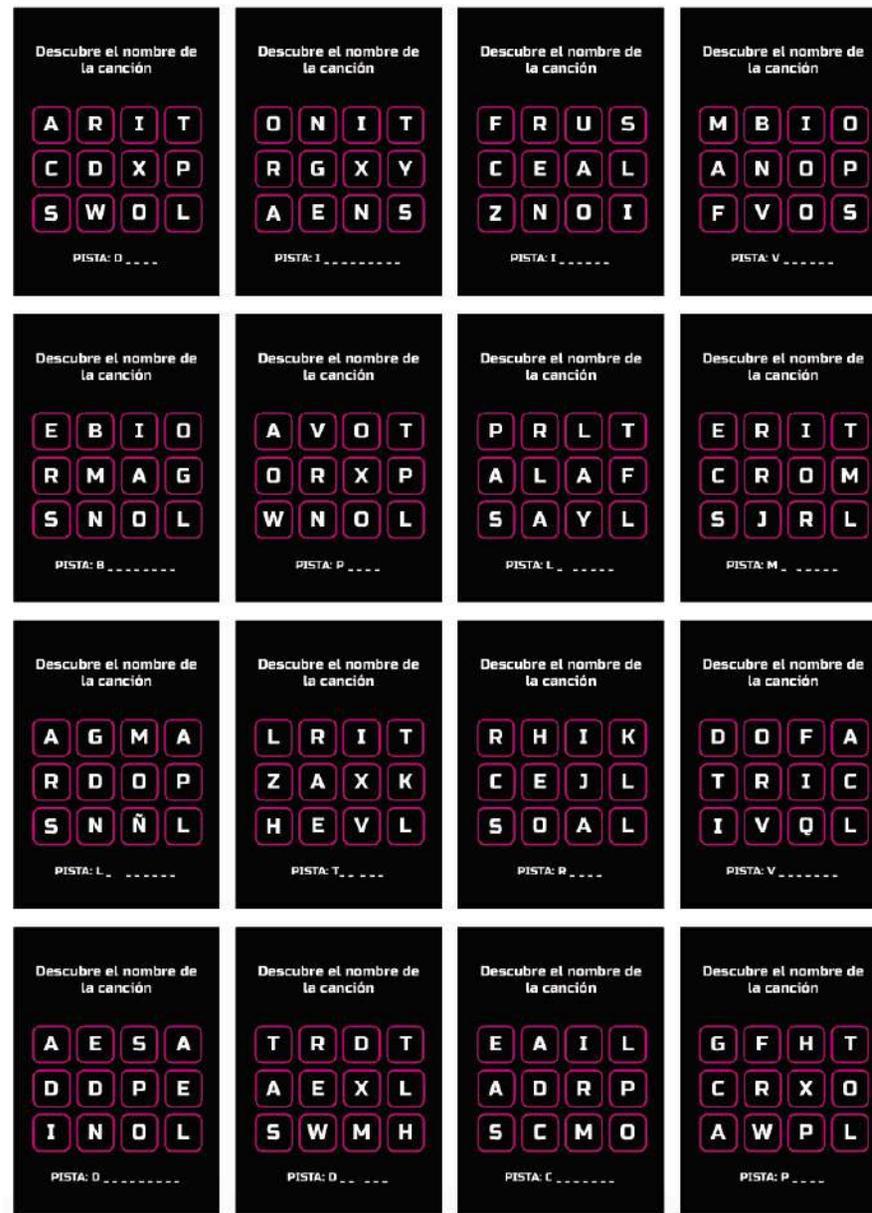
<p>¿Cuál es el nombre verdadero de Bad Bunny?</p> <p>a. Bernardo Martínez</p> <p>b. Bernardo Fernández</p> <p>c. Benito Martínez</p> <p>d. Benito Fernández</p>	<p>¿Qué año nació Bad Bunny?</p> <p>a. 1993</p> <p>b. 1994</p> <p>c. 1995</p> <p>d. 1996</p>	<p>¿Dónde nació Bad Bunny?</p> <p>a. Medellín, Colombia</p> <p>b. Bogotá, Colombia</p> <p>c. Cabo Rojo, Puerto Rico</p> <p>d. San Juan, Puerto Rico</p>	<p>¿Dónde trabajó Bad Bunny antes de ser famoso?</p> <p>a. Supermercado</p> <p>b. Banco</p> <p>c. Verdulería</p> <p>d. Cafetería</p>
<p>¿Cuál es el nombre verdadero de Daddy Yankee?</p> <p>a. Ramón Luis Ayala</p> <p>b. Ramón Ernesto Ayala</p> <p>c. Ramón Rodríguez</p> <p>d. Luis Rodríguez</p>	<p>¿Qué año nació Daddy Yankee?</p> <p>a. 1975</p> <p>b. 1976</p> <p>c. 1977</p> <p>d. 1978</p>	<p>¿Cuántos hijos tiene Daddy Yankee?</p> <p>a. 1</p> <p>b. 2</p> <p>c. 3</p> <p>d. Ninguno</p>	<p>¿Qué canción NO es de Daddy Yankee?</p> <p>a. Con Calma</p> <p>b. Dura</p> <p>c. Gasolina</p> <p>d. Culpables</p>
<p>¿Cuál es el nombre verdadero de Anuel AA?</p> <p>a. Manuel Gazmey</p> <p>b. Manuel Santiago</p> <p>c. Santiago Gazmey</p> <p>d. Emmanuel Gazmey</p>	<p>¿Qué año nació Anuel AA?</p> <p>a. 1992</p> <p>b. 1993</p> <p>c. 1994</p> <p>d. 1995</p>	<p>¿Por qué Anuel AA estuvo en prisión?</p> <p>a. Robo</p> <p>b. Posesión de armas</p> <p>c. Matar</p> <p>d. Violencia a un policía</p>	<p>¿Cuánto duró la condena de Anuel AA en prisión?</p> <p>a. 1 mes</p> <p>b. 6 meses</p> <p>c. 12 meses</p> <p>d. 30 meses</p>
<p>¿Cuál es el nombre verdadero de J Balvin?</p> <p>a. José Osorio Balvin</p> <p>b. Jaime Balvin</p> <p>c. Juan Osorio Balvin</p> <p>d. Juan Balvin</p>	<p>¿Qué año nació J Balvin?</p> <p>a. 1994</p> <p>b. 1995</p> <p>c. 1996</p> <p>d. 1987</p>	<p>¿Dónde nació J Balvin?</p> <p>a. Medellín, Colombia</p> <p>b. Bogotá, Colombia</p> <p>c. Cabo Rojo, Puerto Rico</p> <p>d. San Juan, Puerto Rico</p>	<p>¿Qué canción NO es de J Balvin?</p> <p>a. 5 AM</p> <p>b. China</p> <p>c. Mi Gente</p> <p>d. Bonita</p>

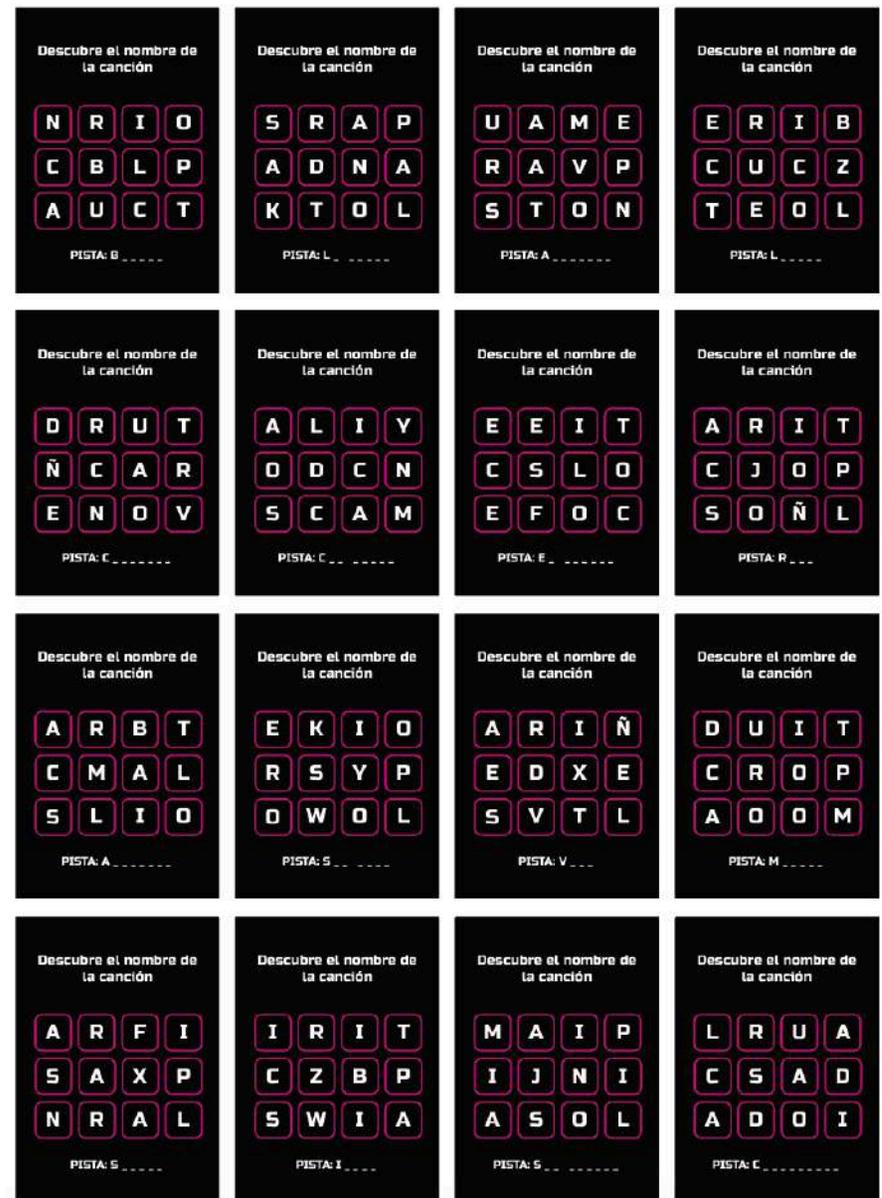


<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Sudados los dos Perdí el control Me entrego y solo sé</p> <p>R: Que te siento Oh oh oh (oh oh oh)</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Aún quedan tus retratos en cada rincón de la casa, y el silencio me habla de ti Es que sobra tanto espacio desde que no estás</p> <p>R: Daría todo lo que hoy me queda por tenerte</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Ahora me tocó a mí cambiar el sistema Andar con gatas nuevas, repartir el corazón Sin tanta pena, ahora te digo goodbye</p> <p>R: Mucho obrigado, pa' ti ya no hay</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Está dura y abusa Se cansó de ser buena, ahora es ella quien los usa</p> <p>R: Que porque un hombre le pagó mal</p>
<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Mujer tan bella y yo con una botella Me dejé enredar fácil, caí en las garras de ella</p> <p>R: Me dijeron que andabas un poco triste</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>No te canses ahora Que esto sólo empieza Mueve la cabeza Danza kuduro Quien puede domar la fuerza del mal</p> <p>R: Que se mete por tus venas</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Me tiene al borde de la locura, y esto no es casualidad Te beso y sube la temperatura Baby, donde tú quieras yo paso a buscarte</p> <p>R: Tú espérame afuera, pa' así no llamarte</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Hagámolo así ahí, pa' ti, pa' mí, mami Para el amor no hay manual, así que debemos experimentar</p> <p>R: Carita de ángel, labios pa' besar</p>
<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Cuando te vi, vi, vi Supe que tú eras para mí, mi, mi Y es que a mí me gustas solo tú, tú, tú</p> <p>R: Tenemos cosas en común</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Yo no soy viejo, pero tengo la cuenta como uno, si quieres, a la cama yo te llevo el desayuno Como yo ninguno</p> <p>R: Un caballero con 21</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Sé que tal vez Te hizo sufrir Te hizo llorar Te supo lastimar Sé que tal vez Ya sabes de mí</p> <p>R: Voy detrás de ti, no te voy a mentir</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Cuando se entere y sepa que soy dueño de usted Tal vez suene un poco mal, lo sé, y no me luce, todo es por usted</p> <p>R: Mami, yo me siento tuyo</p>
<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Y deja, una huella Donde quiera que pase A veces buena A veces mala, pregunta bien</p> <p>R: Le dicen la rompe corazones</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Respirándome Temblando sobre mí Es así Aunque te fuiste, no me suelto de ti</p> <p>R: Yo quiero que sigas en mi vida</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Quisiera saber cuál es tu nombre, mujer Pero que clase de rumba pa pa pa La que yo cogí anoche que que que</p> <p>R: No recuerdo lo que sucedió</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Hoy voy a beber y se que voy a enloquecer Y te llamare después Para hacerte mía mujer</p> <p>R: Es que no se porque Cuando tomo pienso en usted</p>



<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Solo dame tu mano y confía en mí Si te pierdes, solo sigue mi voz</p> <p>R: Y dale tiempo, mamá, at tiempo</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Las copas de vino, las libras de mari Tú estás bien suelta, yo de safari Tú mueve' el culo fenomenal</p> <p>R: Pa' yo devorarte como animal</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Por mujeres y un par de botellas Por amigos que no son amigos en verdad</p> <p>R: Porque se que te van a escribir cuando el se va</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Está dura y abusa Se cansó de ser buena, ahora es ella quien los usa</p> <p>R: Que porque un hombre le pagó mal</p>
<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Yo tengo un problema de alcohol, yo no sé por qué soy así Pa' mí que el doctor estaba bebiendo</p> <p>R: El día que yo nací</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Ella no era así, ella no era así, no sé quién la dañó Ella no era así, ella no era así, no sé quién la dañó, pero</p> <p>R: Ahora enrolla y lo prende</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Trae a todas tus amigas, que yo las voy a poner a fumar Dale hasta abajo, pata abajo sin parar, yeh</p> <p>R: Porque estar soltera está de moda</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Tú baila', yo mirándote Las mujere' envidiándote Porque tú la tienes, baby Nadie te mantiene, baby, yeah</p> <p>R: Yo-oh-oh-oh me vuelvo loco cuando baila así pa' mí</p>
<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Quiero ver bailar tu pelo Quiero ser tu ritmo Que te enseñes a mi boca</p> <p>R: Tus lugares favoritos</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Como la cintura al ritmo se ajuste Que me tiene loco toda esta soltura Ese movimiento es una dulzura</p> <p>R: No importan las banderas</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>¿Por qué sigues con él? Si borracha me confesaste que él no te lo hace bien</p> <p>R: Tu te catientas la comida, pero el no te sabe comer</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Se ve que él te trata bien, que es todo un caballero Pero eso no cambiará que yo llegué primero</p> <p>R: Sé que te va a ir bien, pero no te quiera como yo te quiero</p>
<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Nadie tiene que enterarse que te lo metí Solo dime cuál es tu plan Cuál es tu plan, dime que vamo' a hacer</p> <p>R: Para de darle vueltas como un carrusel</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Y eso que no tengo ni un peso Pero a ella no le importa eso A la hora de darme un beso</p> <p>R: Ella me lo da sin esfuerzo</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Y si con otro pasas el rato Vamo' a ser feliz, vamo' a ser feliz Felices los 4</p> <p>R: Y agrandamo' el cuarto</p>	<p>¡Sigue cantando la canción!</p> <p>Como de costumbre lo contesto Aunque tú y yo muy bien sabemos que lo que estamos haciendo está incorrecto</p> <p>R: Pero tú 'ta' grande, 'ta' madura</p>





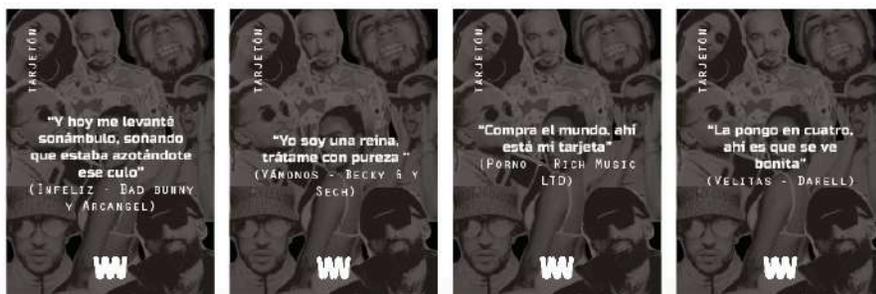
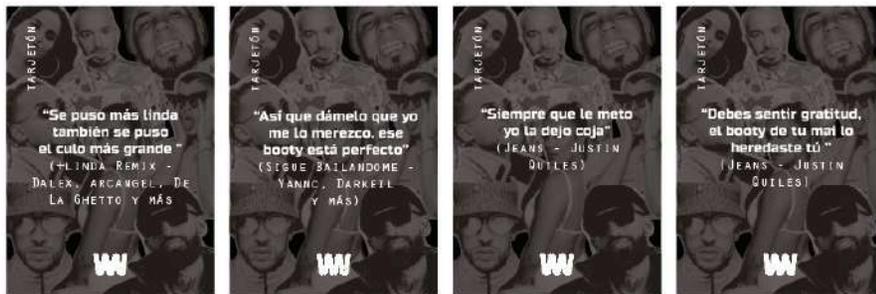
**2. Cartas de frases (tarjetón):** Estas cartas son muy importantes porque mediante ellas se visualizan las canciones de reggaetón. Cada una de ellas contiene una frase de alguna canción que objetivamente contenga estereotipos o contra estereotipos y violencia simbólica. Por el reverso de cada una de ellas hay una característica que permitirá alterar el flujo normal del juego mediante ciertas acciones como:

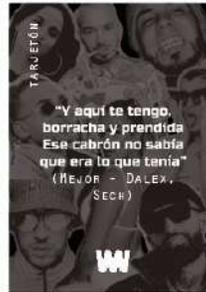
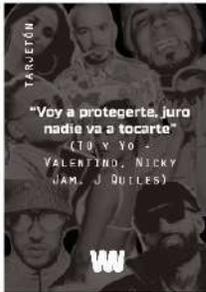
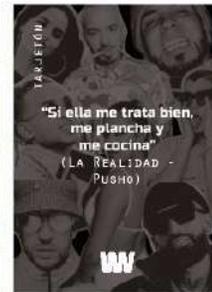
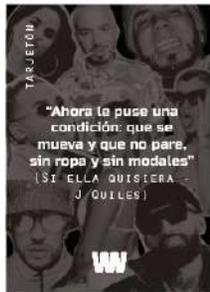
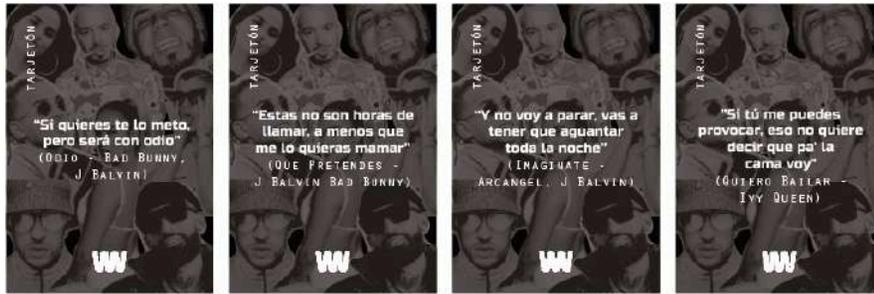
- Salta al siguiente
- Cambio de sentido
- Cambia un color: tienes la opción de cambiar un color de tu tablero.
- Re utiliza tu comodín: si ya usaste alguno de tus comodines, puedes volverlo a usar.

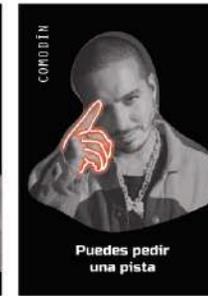
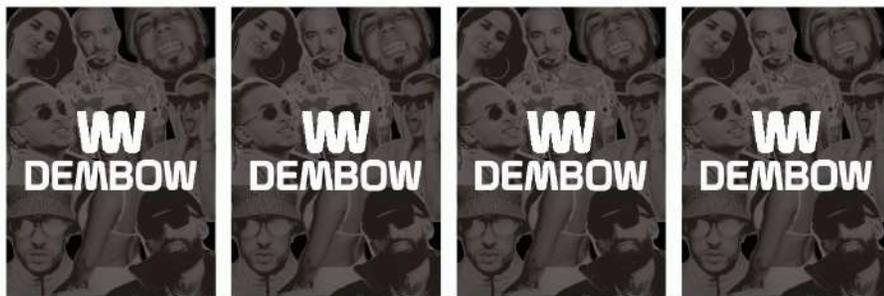
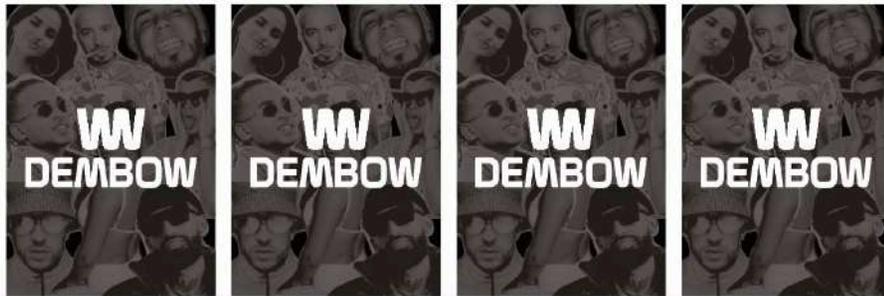
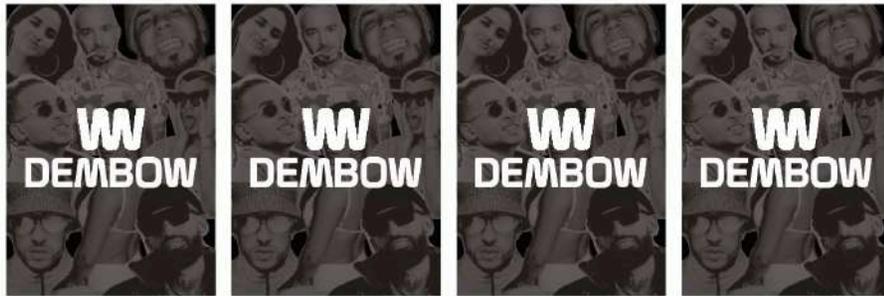
**3. Cartas tablero:** Estas cartas indican el orden en el que el jugador deberá jugar. Son 24, ya que son las distintas posibilidades de orden que hay con los colores. Además éstas sirven para que el jugador que hace las preguntas sepa cual viene a continuación en el tablero del jugador.

**4. Cartas de expresiones:** Este componente se caracteriza por usar un idioma urbano típico del reggaetón. En estas cartas hay distintas expresiones con una ilustración de un artista del género que la representa con el gesto de su cara, indicando así si es una expresión que es aceptada o no.









**5. Cartas comodines:** Estas cartas son la salvación del jugador, ya que lo ayudan cuando se encuentra en aprietos y no sabe la respuesta a la pregunta. El comodín del tiempo le otorga más tiempo al jugador para escuchar la canción y el comodín de la pista es aquel donde el jugador podrá pedirle una pista a la persona que le está preguntando, y ésta deberá inventar una, de manera que no sean ni tan fácil ni tan difícil.



**6. Reloj de tiempo:** Éste definirá cuánto tiempo tiene el jugador para responder su pregunta. Tiene 30 segundos, una vez terminado el tiempo, perdió su turno para responder.



**7. Instructivo del juego:** El instructivo contiene la información necesaria para saber cómo jugar y cuáles son los componentes del juego.



## IV. MAPA DE VIAJE DEL USUARIO

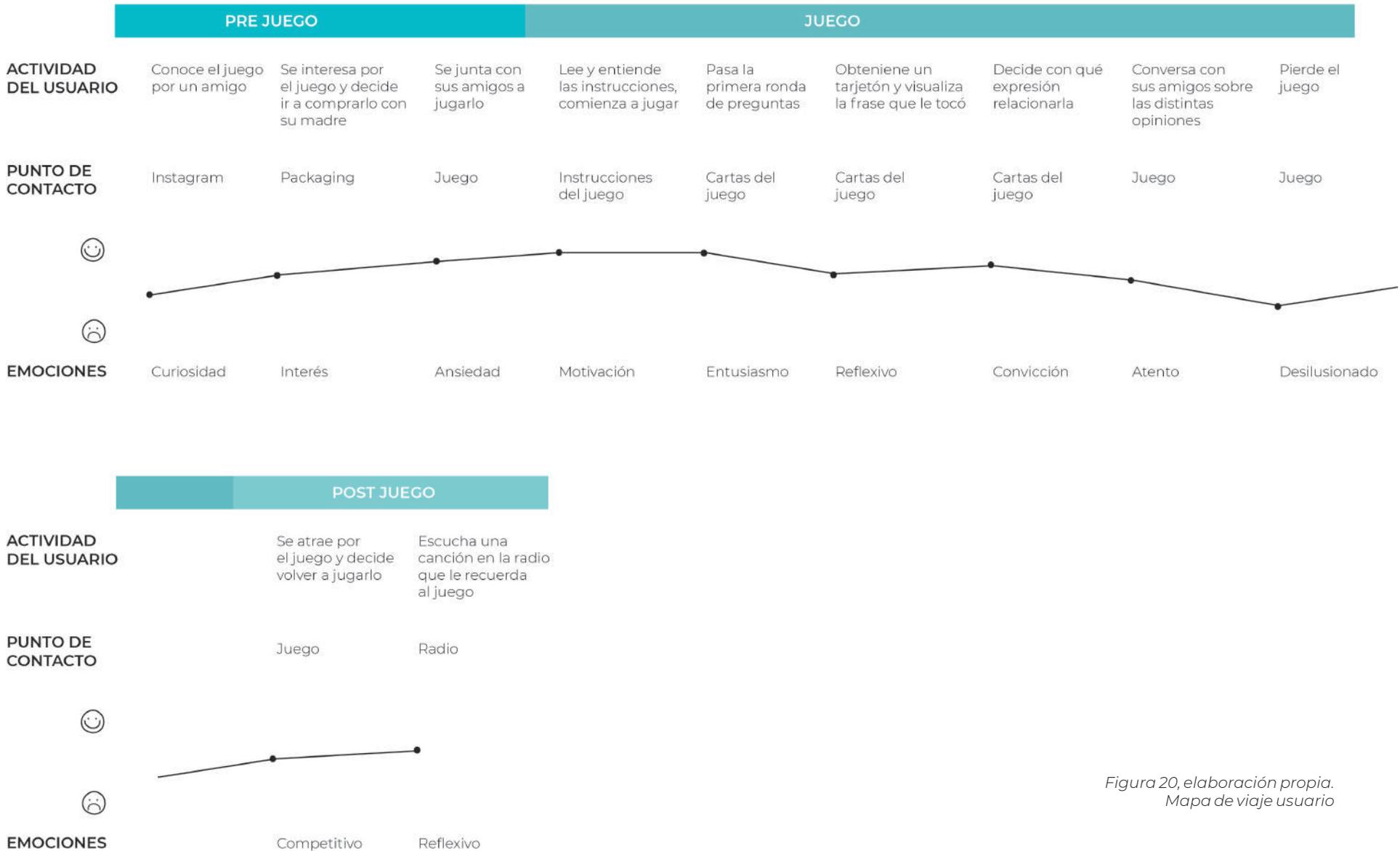


Figura 20, elaboración propia.  
Mapa de viaje usuario

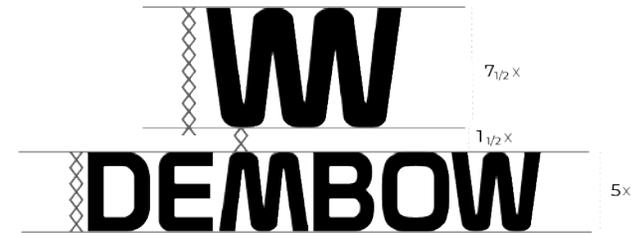


Figura 21  
Composición

## V. DISEÑO DE IDENTIDAD

**Naming:** Dembow es el ritmo que se le otorga al reggaetón, derivado del dancehall y el reggae. Es una palabra conocida por todos los oyentes de este género, por lo que indica de inmediato de qué trata el juego. Además de ser una palabra corta, pegajosa y fácil de pronunciar.

**Logo:** Para el logo, se decide jugar con la “m” y la “w” de la palabra, utilizando así el mismo ícono en la palabra para ambas letras. Además, utilizando estas mismas letras se decide superponerlo en la parte superior de la palabra para crear así unas “ondas de sonidos”, indicando así que el juego tiene características musicales.

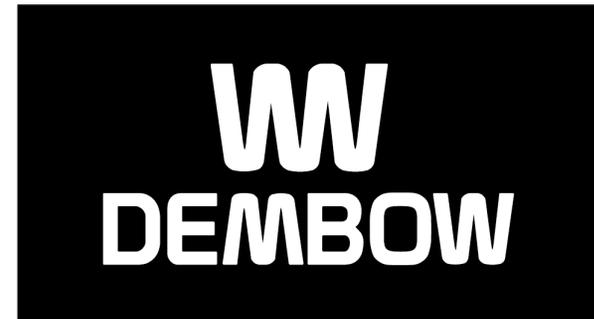
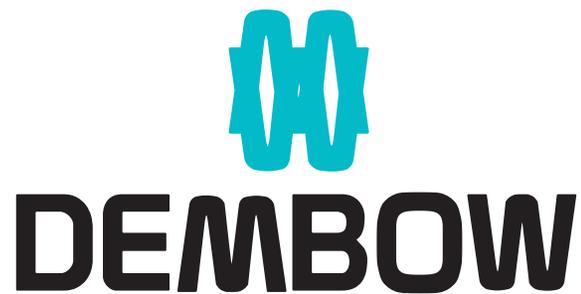


Figura 22  
Variación de color negro



Figura 23  
Variación con colores

TRABAJO PREVIO



A cyan-colored symbol consisting of two vertical bars with a central opening, resembling a stylized 'M' or a bow. Below it, the word "DEMBOW" is written in a bold, black, sans-serif font.



The word "DEMBOW" is written in a bold, black, sans-serif font. The letter 'M' is highlighted in a vibrant purple color.



The word "DEMBOW" is written in a bold, black, sans-serif font, followed by two parallel diagonal slashes (//).



The word "DEMBOW" is written in a bold, black, sans-serif font. The letters 'E', 'M', and 'B' are crossed out by horizontal lines.



The word "DEMBOW" is written in a bold, black, sans-serif font. The letters 'E', 'M', and 'B' are highlighted in a vibrant red color.



The word "DEMBOW" is written in a bold, black, sans-serif font.

**Isotipo:** El isotipo de la marca se compone de estas ondas de música mencionadas anteriormente que forma la variación tipográfica de la “m” y la “w”



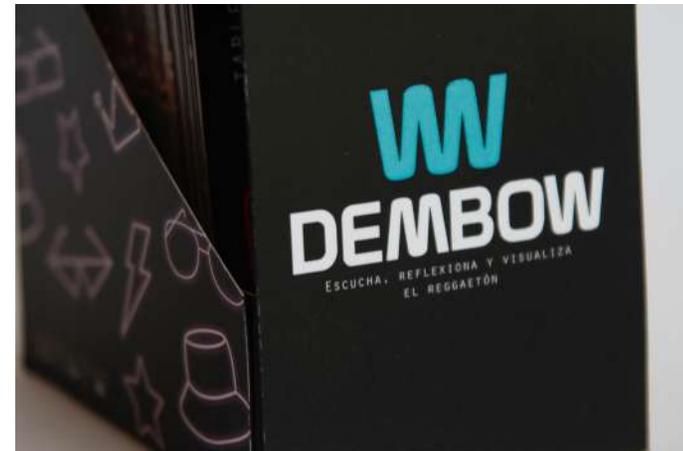
Figura 24  
*Isotipo, variación con colores*



**Bajada:** se decide acompañar el naming con una bajada para introducir un poco más al juego. Esta es “Escucha, reflexiona y visualiza el reggaetón”, con esta bajada se guía al usuario a la temática del juego por medio de estas palabras claves, las cuales son el objetivo principal de este.



Figura 25  
Naming con bajada



**Tipografía:** La tipografía utilizada en el naming es Russo One y en la bajada es Orator Std Medium, ambas son sans serif y elegidas por la estructura cuadrada que tienen.

**Paleta de colores:** Para la paleta de colores se decide usar principalmente el negro como fondo y el blanco en las tipografías, además se agregan cuatro colores fuertes que se complementen con los dos anteriores. Éstos son seleccionados por los usuarios mediante una encuesta en donde habían distintas paletas de colores que podrían ser usados en el juego.

ORATOR STD MEDIUM

**Russo One**

C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%



C: 75% M: 0% Y: 23% K: 0%



C: 75% M: 100% Y: 0% K: 0%



C: 75% M: 90% Y: 85% K: 0%



C: 0% M: 100% Y: 0% K: 0%

**Packaging:** Al ser el juego de solo cartas se crea un packaging que las pueda contener de una manera simple y que no ocupe tanto espacio para que el juego pueda ser transportado fácilmente. El packaging pretende dar información clave sobre el juego para que además de ser utilizado como contenedor de las cartas, pueda ser también una estrategia de marketing para llamar la atención del usuario. Se utiliza la misma gráfica de las cartas para dar una idea del contenido, manteniendo los colores, tipografía, ilustraciones e imágenes.



# 07. IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

- Financiamiento
- Modelo Canvas
- Proyecciones

07

## I. FINANCIAMIENTO

Como medio de financiamiento se analizaron diversos fondos concursables para poder impulsar económicamente el proyecto

### 1. Kickstarter

Como se mencionó anteriormente, Kickstarter es un sitio web que ayuda a impulsar proyectos creativos e innovadores mediante el apoyo de otras personas, y en donde se ha visto que los juegos de mesa tienen un gran potencial, por lo que podría ser una buena opción de financiamiento para el proyecto.

### 2. Capital Semilla Sercotec

Éste es un fondo concursable que apoya a nuevos negocios con oportunidades de participar en el mercado. Entrega un fondo de hasta \$3.500.000 y pueden participar todas las personas mayores de 18 años sin inicio de actividades de primer categoría ante el SII.

## II. MODELO CANVAS



### III. PROYECCIONES A FUTURO

#### 1. Nuevas opciones de jugar con los mismos elementos

En uno de los testeos se dió que los usuarios siguieron jugando a su pinta, por lo que en un futuro se podrían implementar distintas opciones de juego para diferentes ocasiones, por ejemplo en un pre, sería ideal una partida rápida, en donde se puedan hacer preguntas de las cartas al azar, no sea tan estructurado y puedan jugar más personas.

#### 2. Aumentar el público

Para el último testeo, a parte de testear con adolescentes, se dió la oportunidad de hacerlo con jóvenes de entre 24 a 26 años. El juego funcionó igual de bien que con los adolescentes, se generaron conversaciones y lo pasaron bien. Es por esto que el juego se podría ampliar a un público mayor, ya que el reggaetón es conocido y escuchado por muchas personas y la igualdad de género es algo que todos buscamos.

#### 3. Extensiones del juego

Como el reggaetón no se ha estancado durante mucho tiempo, y siempre van saliendo canciones y artistas nuevos, se podría considerar en un futuro extensiones del juego, además porque en algún minuto, a pesar de ser varias cartas, éstas se comenzarán a repetir. Este sería el juego base y se podrían ir creando distintos mazos con más preguntas, más canciones o incluso alguna extensión localizada en artistas chilenos.

## **08. CONCLUSIÓN**

**08**

## I. CONCLUSIÓN

Como conclusión creo que se logró llevar a cabo un proyecto que beneficia de uno u otro modo a los adolescentes de hoy en día, en conjunto con ellos, mis motivaciones e intereses personales se desarrolló un producto que complementa dos tendencias de la sociedad de hoy en día, el reggaetón y la búsqueda de la igualdad. Aún queda mucho camino por recorrer dentro de éste último, pero creo que cada granito de arena aporta a un cambio, y siento que con este proyecto podré llegar por lo menos a algunas personas.

Los procesos de todo el proyecto fueron claves para llegar a lo que es el producto final, como lo fue la investigación, entrevistas a especialistas y a usuarios, testeos y el desarrollo de la identidad gráfica, demostrando así que para lograr un proyecto completo y bien terminado se deben analizar las ramas como un todo y no separarlas. Pude ver con claridad todas las herramientas que nos entrega el diseño y agradecí la enseñanza de la Escuela de Diseño de poder desarrollar múltiples áreas, las cuales pude aplicar en este proyecto.

A pesar de los altos y bajos que se vivieron durante esta etapa, creo que fue un proceso que me ayudó a crecer como persona, a saber tomar decisiones y prepararme de manera profesional para el futuro.

## **09. REFERENCIAS**

**09**

- Arévalo, K., Chellew, E., Figueroa-Cofré, I., Arancibia, A., & Schmied, S. (2018). Ni pobre diabla ni candy: Violencia de género en el reggaetón. Universidad de Chile.
- Aron y Milicic. (2008). Clima Social Escolar. <http://valoras.uc.cl/images/centro-recursos/equipo/FormacionDeComunidad/Documentos/Clima-social-escolar.pdf>
- BBMAS. (2020). 2020 Billboard Music Awards Winners: Complete List. Billboard. <https://www.billboard.com/articles/news/bbmas/9465082/2020-billboard-music-awards-winners/>
- Benavides Murillo, C. (2007). Los estereotipos femeninos en los videos musicales del reggaetón. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/estudios/article/view/24064/24195>
- Blas, D. (2015). The rebirth of board games and the new social revolution. TedxTalks. [https://www.youtube.com/watch?v=QE7\\_Q5klSeA](https://www.youtube.com/watch?v=QE7_Q5klSeA)
- Bourdieu, P. (1998). La dominación Masculina. Anagrama.
- Busquet, J. (2012). El fenómeno de los fans e ídolos mediáticos: evolución conceptual y génesis histórica. [http://www.injuve.es/sites/default/files/Revista96\\_1.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/Revista96_1.pdf)
- Calderone, M. (2004). Sobre Violencia Simbólica en Pierre Bourdieu. La Trama de la Comunicación Vol. 9,.
- Carballo, P. (2006). Música y violencia simbólica. Revista de la facultad de trabajo social.
- Chóliz, Villanueva. (2009). Ellas, ellos y su móvil: Uso, abuso (¿y dependencia?) del teléfono móvil en la adolescencia. <https://core.ac.uk/download/pdf/71004762.pdf>
- Colás y Villaciervos. (2007). LA INTERIORIZACIÓN DE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN JÓVENES Y ADOLESCENTES. <https://revistas.um.es/rie/article/view/96421/92631>
- Consejo Nacional de la cultura y las Artes. (2011). SEGUNDA ENCUESTA NACIONAL DE PARTICIPACIÓN Y CONSUMO CULTURAL. <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2012/03/Segunda-Encuesta-Nacional-de-Participación-y-Consumo-Cultural.pdf>
- Consejo Nacional de la cultura y las Artes. (2017). Política Nacional del Campo de la Música 2017-2022. <https://comunidadcreativalosrios.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2017/12/cnca-politica-nacional-del-campo-de-la-musica-2017-2022.pdf>
- Cuadrado. (2007). Estereotipos de género. Psicología Social.
- De Andrés, S. (2007). Monstruos sobre Eva. Comunicación e Xénero.
- De Toro, X. (2011). Métele con candela pa' que todas las gatas se muevan. Identidades de género, cuerpo y sexualidad en el reggaetón. <https://semanariorepublicano.uchile.cl/index.php/RPG/article/view/16824/17520>
- Dig Games. (2018). Kickstarter: Los juegos de mesa marcan el camino. <https://diggames.com.ar/blog/235/kickstarter-los-juegos-de-mesa-marcan-el-camino.html>
- Equina. (2012). Donald Winnicott: vocabulario esencial. <http://www.aperturas.org/articulo.php?articulo=0000737>
- Ferrer, V. y Bosch, E. (2013). Del amor romántico a la violencia de género. Para una coeducación emocional en la agenda educativa. Revista de Currículum y Formación de Profesorado. Vol. 17.
- Gaete. (2015). Desarrollo psicosocial del adolescente. [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0370-41062015000600010](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0370-41062015000600010)
- Gallardo. (2019). EDUCAR EN IGUALDAD: PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN LA ADOLESCENCIA. Revista Educativa Hekademos.
- Galtung, J. (1990). La violencia: cultural, estructural y directa. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5832797>
- García Canclini, N. (1990). Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. Grijalbo.
- García Pérez, N. (2009). La mujer en la publicidad. [https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/80263/TFM\\_EstudiosInterdisciplinariosGenero\\_GarciaPerez\\_N](https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/80263/TFM_EstudiosInterdisciplinariosGenero_GarciaPerez_N).
- Gobierno de Chile. (2010). 6ta encuesta nacional de la juventud. [https://www.academia.edu/3211698/6ta\\_Encuesta\\_Nacional\\_de\\_Juventud](https://www.academia.edu/3211698/6ta_Encuesta_Nacional_de_Juventud)
- González, J. (2008). El reggaetón en los jóvenes. Universia.
- Gros - Salvat. (2014). Análisis de las prestaciones de los juegos digitales para la docencia universitaria. [https://www.researchgate.net/publication/263924365\\_Analisis\\_de\\_las\\_prestaciones\\_de\\_los\\_juegos\\_digitales\\_para\\_la\\_docencia\\_universitaria](https://www.researchgate.net/publication/263924365_Analisis_de_las_prestaciones_de_los_juegos_digitales_para_la_docencia_universitaria)
- Gross. (1989). Citado en Ruiz. (2017). El juego: Una herramienta importante para el desarrollo integral del niño en Educación Infantil. <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/11780/RuizGutierrezMarta.pdf?sequence=1>
- Hawkinson, E. (2013). Board Game Design and Implementation for Specific Learning Goals. [https://www.academia.edu/7295897/Board\\_Game\\_Design\\_and\\_Implementation\\_for\\_Specific\\_Learning\\_Goals](https://www.academia.edu/7295897/Board_Game_Design_and_Implementation_for_Specific_Learning_Goals)
- Hormigas y Cabello, J. A. M. (2004). La construcción de la identidad juvenil a través de la música. Universidad Rey Juan Carlos.
- Huici y Moya. (1997). Los estereotipos de género en los/las jóvenes y adolescentes. Campus de Educación. <https://www.campuseducacion.com/blog/wp-content/uploads/2018/04/Estereotipos-de-genero-en-los-jovenes.pdf>
- IcoPartners. (2018). GAMES AND CROWDFUNDING IN 2018. <https://icopartners.com/2019/01/games-and-crowdfunding-in-2018/>
- Instituto Nacional de Estadísticas (INE). (2017). Enfoque estadístico Instituto nacional de estadísticas. [https://historico-amu.ine.cl/enut/files/principales\\_resultados/enfoque-tiempo-libre-2017.pdf](https://historico-amu.ine.cl/enut/files/principales_resultados/enfoque-tiempo-libre-2017.pdf)
- Juslin y Sloboda (2010) Citado en Soler y Oriola. (2019). Música, identidad de género y adolescencia. <https://revistas.unlp.edu.ar/Epistemus/article/view/6551/8240>

- Kirkwood, J. (1987). *Feminarios*. <http://www.memoriachilena.gob.cl/archivos2/pdfs/MCO049940.pdf>
- Lazzaro. (2016). *Games and the Four Keys to Fun: Using Emotions to Create Engaging Design*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=EEmNRRRqgNc>
- Leer y escuchar un libro, ¿se procesa igual en el cerebro? (2019). *El diario*. [https://www.eldiario.es/consumoclaro/ahorrar\\_mejor/Leer-escuchar-libro-procesa-cerebro\\_0\\_892761583.html](https://www.eldiario.es/consumoclaro/ahorrar_mejor/Leer-escuchar-libro-procesa-cerebro_0_892761583.html)
- López - Sáez (2008) Citado en *Revista Científica de Educomunicación*. (2016). *Estereotipos de género 2.0: Auto-representaciones de adolescentes en Facebook*. <https://www.revistacomunicar.com/ojs/index.php/comunicar/article/view/C48-2016-08>
- Los 40 Principales. (2020). *Top 40*. <https://los40.cl/lista-los-40>
- Macklin, C. Sharp, J. (2016). *Games, design and play*. Pearson Education.
- Martínez, D. (2014). *Música, imagen y sexualidad: el reggaetón y las asimetrías de género*. <https://www.redalyc.org/pdf/325/32531428010.pdf>
- Mata, M. (1999). *De la cultura masiva a la cultura mediática*. *Revista Diálogos de la comunicación*, N.o 56.
- Menéndez, I. (2014). *ALIANZAS CONCEPTUALES ENTRE PATRIARCADO Y POSTFEMINISMO: A PROPÓSITO DEL CAPITAL ERÓTICO*. *REVISTA CLEPSYDRA*. [https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/6506/CL\\_13\\_%282014%29\\_03.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/6506/CL_13_%282014%29_03.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Muller. (2002). *Non Violence in education*. <https://decade-culture-of-peace.org/iycp/iycp-uk/kits/Muller.pdf>
- Negrón-Muntaner. (2009). *Nación Reggaetón*. *Nueva Sociedad*. <https://biblat.unam.mx/hevila/Nuevasociedad/2009/no223/3.pdf>
- North, A. C., Hargreaves, D. J. y O'Neill, S. A. (2000). *The importance of music to adolescents*. *British Journal of Educational Psychology*.
- Nueva Sociedad. (2009). *Nación Reggaetón*. <https://nuso.org/articulo/nacion-reggaeton/>
- OMS. (2020). *Desarrollo en la adolescencia*. [https://www.who.int/maternal\\_child\\_adolescent/topics/adolescence/dev/es/](https://www.who.int/maternal_child_adolescent/topics/adolescence/dev/es/)
- ONU Mujeres. (2014). *He for She*. <https://www.heforshe.org/es>
- Ortega (1998) Citado en Colás y Villaciervos. (2007). *LA INTERIORIZACIÓN DE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN JÓVENES Y ADOLESCENTES*. <https://revistas.um.es/rie/article/view/96421/92631>
- Penagos, Y. (2012). *Lenguajes del Poder*. Universidad de la Roja.
- Pérez Olvera. (2006). *La construcción de la identidad de género es un proceso continuo que comienza en la primera infancia. La influencia de miembros de la familia, compañeros y los medios de comunicación convergen hasta impactar en la autoconciencia de los jóvenes*. [http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/Libros\\_Adolescencia.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/Libros_Adolescencia.pdf)
- Plos One. (2012). *Neural Substrates for Semantic Memory of Familiar Songs: Is There an Interface between Lyrics and Melodies?* <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0046354>
- Quantic Foundry. (2017). *GAMER MOTIVATION MODEL*. <https://quanticfoundry.com/wp-content/uploads/2015/12/Gamer-Motivation-Model-Overview.pdf>
- Redondo, A. (2000). *Papel de la música en los jóvenes*. <http://musicamep.misoldo.com/noveno/papeldelamusicaenlosjovenes.pdf>
- Rentfrow, P. J. (2012). *The Role of Music in Everyday Life: Current Directions in the Social Psychology of Music*. *Social and Personality Psychology Compass*.
- Salvo del Canto, P; & Infante, M. (2010). *Gallardo. (2019). EDUCAR EN IGUALDAD: PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN LA ADOLESCENCIA*. *Revista Educativa Hekademos*.
- Sánchez Rincones, V. (2018). *Cómo diferenciar el reggaetón del trap*. *Entrevista a BBC*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-45103727>
- Savage, M. (2019). *Los éxitos del pop latino que conquistan YouTube*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-48932206>
- Selva. (2012). *La visualización de la música en el videoclip*. Selva. (2012). *La visualización de la música en el videoclip*. <https://www.yumpu.com/es/document/read/14106691/la-visualizacion-de-la-musica-en-el-vidеоclip-universidad-de-sevilla>
- Sena, K. (2015). *How to Enhance Your Music Listening Experience*. <https://www.psychologytoday.com/us/blog/your-musical-self/201502/how-enhance-your-music-listening-experience>
- Sociedad Española de Medicina de la Adolescencia (SEMA). (2014). *La identidad del Adolescente. Cómo se construye*. <https://www.adolescenciasema.org/usuario/documentos/Adolescencia%20Volumen%2011-2%20v5.pdf#page=14>
- Soler y Oriola. (2019). *Música, identidad de género y adolescencia*. <https://revistas.unlp.edu.ar/Epistemus/article/view/6551/8240>
- Spotify. (2019). *Santiago de Chile: la capital del streaming de reggaetón de Spotify*. <https://newsroom.spotify.com/2019-10-16/santiago-la-capital-del-streaming-de-reggaeton-de-spotify/>
- SWANWICK. (2015). *El papel de la música en la construcción de una identidad durante la adolescencia*. *Sineris*.
- Téramo. (2006). *Modas adolescentes y medios de comunicación como agentes socializadores*. <https://www.redalyc.org/pdf/158/15802713.pdf>

Thompson, J. (1998). Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Paidós.

Torres, Romeroy Salgado. (2019). Juegos y Sociedad: desde la interacción hasta la inmersión para el cambio social. [https://books.google.cl/books?hl=es&lr=&id=0c-aDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA69&dq=juegos+móviles&ots=mIYwC8gxUK&sig=AwAeE2RFnKOOOnKDeOJng4n2kaeQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q=juegos%20móviles&f=false](https://books.google.cl/books?hl=es&lr=&id=0c-aDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA69&dq=juegos+móviles&ots=mIYwC8gxUK&sig=AwAeE2RFnKOOOnKDeOJng4n2kaeQ&redir_esc=y#v=onepage&q=juegos%20móviles&f=false)

Universidad Autónoma del Estado de México. (2017). Diseño de juegos de mesa. Una introducción al tema con enfoque para diseñadores industriales. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=477948279062>

Universidad de Manchester. (2017). Estudio demuestra que la música provoca el mismo efecto que las drogas en el cerebro. [https://cadenaser.com/ser/2017/02/21/ciencia/1487675437\\_780956.html](https://cadenaser.com/ser/2017/02/21/ciencia/1487675437_780956.html)

Urdaneta, M. (2007). El reggaetón, entre el amor y el sexo. Un análisis simiolingüístico. <https://es.slideshare.net/MARianelaUr/el-reggae-7886587>

Van Buskirk, E. (2017). Como el reggaetón se convirtió en un fenómeno mundial en Spotify. <https://insights.spotify.com/mx/2017/09/05/how-reggaeton-became-a-global-phenomenon-on-spotify/>

Woman´s Aid. (2016). Woman´s aid. Campaña. <https://www.lafayettetdigitex.com/blogs/publicitario/womens-aid-una-campana-contr-la-violencia-domestica-que-le-apuesta-a-la-tecnologia/>

Woods Winnicott (1971) Citado en Equina. (2012). Donald Winnicott: vocabulario esencial. <http://www.aperturas.org/articulo.php?articulo=0000737>

#### OTRAS REFERENCIAS:

Tomás Livingstone, exponente de trap y reggaetón. Entrevistado en Junio 2020

Valentina Romo, psicóloga clínica infantojuvenil. Entrevistada en Junio 2020

M Angélica Valenzuela, psicóloga del Centro Integral de adolescentes Ser Joven. Entrevistada en Junio 2020

Luz María Vicuña , psicóloga del Colegio Sagrado Corazón de la Reina. Entrevistada en Junio 2020