



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

DISEÑO | UC

Adulta.

DEMO de videojuego sobre la crisis de la adultez emergente.

Autora: Catalina Céspedes Molina  
Profesor Guía: Patricio Pozo Campos

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

*7 Enero, 2022. Santiago, Chile.*

*Para mis amigos, Abril Araneda, Cristóbal Calaf,  
Felipe Fuentealba, Francisco Pezoa, Ignacia Vera,  
Josefa Olivares y Matías Gabler, quienes (figurativa y  
literalmente) hicieron este proyecto posible.*

*Y para los adultos emergentes, todos ellos,  
ojalá en Alma puedan encontrar una amiga.*



## Motivación Personal

Esta investigación se inició como una mirada a un problema que me ha afectado directamente por años, la adicción a los videojuegos. Pero investigando sobre el tema, me encontré de frente con una realidad que no solo me representaba a mí, sino que también reflejaba la de la mayoría de las personas que me rodean, el fenómeno del adulto emergente.

Los videojuegos me apasionan hasta el punto de la obsesión, sobre todo la escena independiente. De hecho, entré a esta carrera con aspiraciones de poder entrar al mundo de los juegos algún día, de una forma u otra. Pero, una y otra vez, me encontré con la misma barrera entre los juegos y yo, una mala (o nula) representación de las mujeres, sus vidas y sus experiencias más allá de sus relaciones a un personaje principal masculino.

Eso está cambiando, de forma lenta, pero constante. Quiero insertarme en este rubro y ser parte del cambio.

## Introducción

En la actualidad, la industria de los videojuegos corresponde al medio audiovisual de mayor ganancia monetaria del mundo, llegando incluso a superar a la industria del cine y la música. Sin embargo, esta influencia no lo mantiene alejado de un problema que se mantiene desde los años 90's, una falta de representación del público femenino que consume videojuegos y una alta predominancia de estereotipos negativos relacionados a la palabra "Gamer".

Es por esta razón que se decidió realizar un proyecto de título enfocado en producir el "DEMO" de un videojuego, el cual tiene como objetivo generar las bases del proceso de desarrollo de un videojuego completo. Con el fin de representar a cierto público de jugadores mediante una narrativa interactiva que busca interiorizar el concepto del "adulto emergente". Este objetivo se logra por medio de "ALMA", un videojuego ideado y diseñado a partir de assets ilustrados a mano en el que la protagonista, Alma, una joven de 18 años que vive en el año 3050 deberá escoger lo que quiere hacer con su vida por medio de la interacción de la gente que la rodea.

El proyecto del videojuego "ALMA" tiene la finalidad de contribuir a la industria del videojuego con un ejemplo de representación y generar una identificación a jugadores más allá del estereotipo del "Gamer".

# Índice

## Parte I: Investigación.

El videojuego.	
El videojuego hoy.....	7
Una breve historia del videojuego.....	8
El problema del “Gamer”.....	10
“Indie games” al rescate.....	12
La adultez emergente.	
Una nueva etapa.....	13
Exploración, compromiso y ansiedad.....	14
Protagonistas del “coming of age”.....	15
El movimiento metamodernista.	
Lo cínico, lo sincero y lo cómico.....	18
El lenguaje de la Internet.....	20
Su marca en la cultura popular.....	21
Ludonarrativa.....	25
Oportunidad de diseño.	
Problemática y Oportunidad de diseño.....	26
Usuario: Adultas emergentes gamer y sus necesidades.....	27
Contexto: El juego no violento.....	29
Las ventajas de un demo.....	29

## Parte II: Desarrollo.

### Formulación

Que, porque, para que.....	31
Objetivos específicos.....	32
Introducción al pixel art.....	33
“Hi-bit pixel art” como recurso.....	34
La vista “top down”.....	36
Referentes principales.....	37
Herramientas de elaboración.....	39

### Construcción

Temática y mecánicas esenciales.....	41
Diseño de personajes.....	42
El personaje principal, la “Alma” del proyecto.....	42
NPC importantes.....	47
Diseño de ambientes.....	53
Interfaz de usuario (UI).....	65
Diseño de sonido.....	71
Linea de tiempo de prototipos.....	72
Prototipo final.....	74

### Testeos

Testeo preliminar: Game feel.....	80
Esquema de controles.....	80
Testeo.....	81
Observaciones y feedback.....	83

## Parte III: Post-producción.

### Implementación

Branding.....	85
Redes sociales clave.....	85

### Proyecciones

Equipo para un producto completo.....	86
Distribución y financiamiento.....	87
Posibles Publishers.....	88
Presupuesto.....	89
Business model canvas.....	90

### Conclusiones

Conclusión.....	91
Referencias bibliográficas.....	92
Anexos.....	100



# INVESTIGACIÓN

Parte I

# El Videojuego

## El videojuego hoy.

En primera instancia, es necesario tener una idea común de lo que es un videojuego. Para este proyecto, se utilizará la definición de Esposito (2005), quien define “videojuego” como “un juego que jugamos gracias a un aparato audiovisual y que puede estar basado en una historia”(p.1). Esta definición es particularmente útil puesto que este proyecto plantea la necesidad y oportunidad de ver el videojuego como una herramienta de storytelling interactivo, osea, para contar historias donde los usuarios asumen un rol activo.

Newman (2004) identifica tres razones por las que los videojuegos demandan ser tomados en serio: el tamaño de la industria; la popularidad de los videojuegos; y como un ejemplo de interacción humano-computadora. Esto es apoyado en el hecho de que la industria de los videojuegos se encuentra en un momento histórico, tanto en cantidad de jugadores como en ganancias monetarias a nivel mundial. Statista muestra que ya son 3.243 millones las personas que juegan videojuegos regularmente alrededor del mundo, con ganancias reportadas de 133 billones de pesos chilenos el año 2021 (fig.01).

Es indiscutible el impacto que el videojuego tiene tanto en la cultura popular como en el día a día de las personas que juegan y quienes los rodean, rompiendo las barreras del ocio al transformarse en carreras profesionales para personas como los streamers -quienes juegan para una audiencia online, usualmente comentando sobre el juego-, los deportistas de e-sports -quienes juegan con un alto nivel de habilidad en competencias nacionales e internacionales- y speedrunners -quienes compiten por finalizar juegos en tiempo récord-, entre otros que dominan plataformas de video online (fig.01).

Fig 01: Estadísticas generales sobre la industria de los videojuegos por Clement (2020) para Statista.



El impacto del videojuego ha alcanzado tal punto, que incluso se ha insertado en medios de entretenimiento tradicionales como el cine y la televisión. Solo en los últimos cuatro años, se han visto series y películas “live-action” -en otras palabras, que utiliza principalmente personas u objetos reales en lugar de animados- directamente basadas en juegos como; “Tomb Raider”<sup>1</sup>(2018), “Pokémon: Detective Pikachu”<sup>2</sup> (2019), “Sonic the Hedgehog”<sup>3</sup> (2020), “Monster Hunter”<sup>3</sup> (2020), “Mortal Kombat”<sup>10</sup> (2021) y “Resident Evil: Welcome to Raccoon City”<sup>4</sup> (2021) o inspiradas en la cultura del videojuego como “Ready Player One”<sup>5</sup> (2018) y “Free Guy”<sup>11</sup> (2021), incluso, existen piezas de media que relatan la historia del rubro como “High Score”<sup>6</sup> (2020), “Console Wars”<sup>7</sup> (2020) y “From Bedrooms to Billions: The PlayStation Revolution”<sup>8</sup> (2020), y éxitos animados como “Wreck it Ralph”<sup>11</sup> (2012), y “Castlevania”<sup>12</sup> (2017)(fig.02).

Los videojuegos, su historia y su cultura están en constante contacto con las personas, sean estas jugadoras o no. Pero este no siempre fue el caso.

## Una breve historia del videojuego.

A pesar de las cifras que presentan los videojuegos en la actualidad, es importante recordar cómo se llegó hasta aquí. Los videojuegos no siempre tuvieron la fuerza económica, relevancia mediática e impacto cultural que presentan hoy en día. Sorprendentemente, los antiguos fracasos de la industria nos permiten visualizar los problemas contemporáneos que la plagan hoy en día.

En los 70s, en la juventud del medio, el videojuego era considerado un pasatiempo de género neutro y de demografía adulta, muy presente en bares como competencia directa a las máquinas de pinball (fig.04). Pero a inicios de los 80s con la llegada del “Atari Home Console” (entre otras, menos recordadas consolas), los videojuegos tomaron un giro distinto, “Pong en la consola era para la familia. Pong en las máquinas de monedas cooperativas era para los adultos en los bares” (Lien, 2013).

En su análisis de la historia del videojuego, Kent (2001) inserta a la consola de casa (también llamada consola a secas) como un aparato que abrió las puertas al entretenimiento familiar y con eso el mercado de los videojuegos se expandió considerablemente. En el peak del 1982 al ver el potencial del medio y el mercado, estudios de cine y televisión empezaron a hacer juegos para acompañar sus películas a modo de publicidad, pequeños estudios con juegos baratos y procesos de desarrollo cortos empezaron a producirse a gran escala, juegos de mala calidad y poco valor de entretenimiento llenaron los puntos de venta, y así las estrategias de desarrollo y marketing que habían usado hasta ahora los videojuegos dejaron de funcionar. Se había perdido la confianza de los consumidores.





Este evento fue tan devastador para la industria que se le llamó “la caída del ‘83” (“*the crash of ‘83*”). Los centros de venta devolvieron cientos de consolas y videojuegos a los proveedores, quienes, en un intento de deshacerse de ellos, enterraron los productos en un basural escondido en el desierto de Nuevo México. Este particular y peculiar suceso se esparce por la comunidad de videojuegos americana como leyenda urbana, ganando el nombre de “El entierro de Atari” (fig. 03) (originalmente “*Atari Videogame Burial*”, “*E.T. Burial*”, o “*The Big Dump*”). Sobre este evento y la caída en general, Kent (2001) escribe “cuando salieron reportes de que las personas habían descubierto el vertedero, Atari envió aplanadoras a destruir los cartuchos, después vertió cemento sobre los escombros. Para finales de 1983, habían acumulado \$563 millones de dólares en pérdidas.” (p. 240)

En este contexto, Nintendo hizo el primer estudio de mercado de la industria, utilizando su revista “*Nintendo Power*”. Un análisis de ventas de la revista, los videojuegos y convocatorias a distintos torneos demostró que el consumidor principal eran los niños hombres, esta información resultó vital para el futuro de la industria, pues esto los llevó a empezar una campaña de marketing y publicidad extremadamente fuerte cambiando el mensaje a uno abiertamente machista y excluyente. Sobre esto, Lien (2013) escribe:

“La industria de los videojuegos creó una situación del huevo y la gallina. Cuando hicieron su investigación de marketing en los 80’ s y 90’ s, descubrieron que los niños jugaban más que las niñas [...]. Las niñas siempre han jugado videojuegos, pero no eran la mayoría. Y al inicio de la caída, la industria decidió perseguir el mercado más seguro, por lo que se enfocó en el hombre joven. Entonces las campañas de publicidad comenzaron. Los videojuegos fueron marketeados fuertemente a los hombres y el mensaje era claro: No se permiten las niñas.”

Este cambio fue tan brusco, que se le denominó “El giro de los 90 's” (“*the 90 's shift*”) (fig. 04). Este fue tan prominente y efectivo que tiene consecuencias que persisten hasta el día de hoy. La más relevante para este proyecto es una imagen negativa de los videojuegos y las personas que los consumen, dejando en la cultura popular una serie de estereotipos en torno al jugador de videojuegos o “*gamer*”.

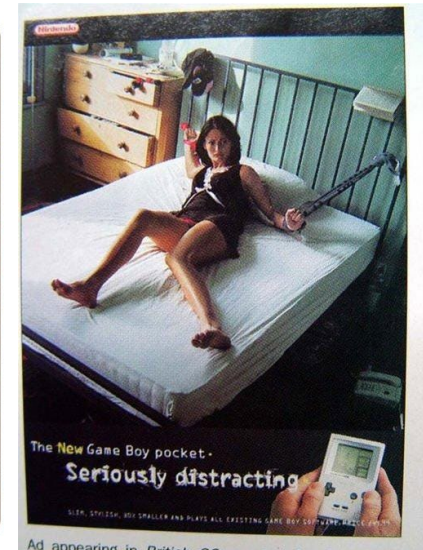
Fig 03: “Atari video game burrial”, desenterrado el año 2014 para el documental “Atari: Game over”.

“Si podías hacer un juego entonces estabas haciendo un juego, y había poca o nada regulación por parte de los fabricantes de consolas. Los jugadores se cansaron. Los puntos de venta se cansaron. Y la gente dejó de comprar.”

- Tracy Lien (2013)



Fig 04: “El giro de los 90s”, publicidad de Atari circa 1980¹ versus publicidad del Gameboy Pocket circa 1990².



## El problema del "Gamer".

El estereotipo del "gamer" está caracterizado por ser un hombre, adolescente, inmaduro y violento, que hace una notoria diferencia entre juegos "de verdad" y juegos casuales. (fig. 05)(Paaßen, 2017), este es una consecuencia directa del giro de los '90s, cuya misión era generar un ambiente de exclusión y pertenencia en hombres jóvenes vulnerables. Quienes, a su vez, proyectan y protegen este estereotipo.

Pero esto no puede estar más alejado de la verdadera realidad del "gamer". Los videojuegos tienen la audiencia más diversa en su historia. La Entertainment Software Association (theESA) y Statista hacen estudios demográficos anuales de la industria y sus consumidores que demuestran que las personas que podríamos identificar como "gamers" son extremadamente variadas tanto en género<sup>1</sup> como en edad<sup>2</sup> (fig.06).

Paaßen y sus colegas (2017) mencionan sobre este fenómeno que "es desconcertante como un estereotipo que es certero para una minoría tan pequeña de los gamers se mantenga tan obstinadamente" (p.426). Entonces, vale la pena preguntarse ¿Por qué persiste?

El estereotipo genera un círculo vicioso (fig.07), La asociación entre los juegos y el género masculino lleva a una menor visibilidad de las mujeres gamer - debido a sentimientos de no encajar, autoidentificación reducida, estereotipos percibidos, y discriminación activa por parte de las personas que sí encajan en este (Brandes, 2019) - lo que en turno lleva a una mayor asociación entre los juegos y el género masculino, finalmente Paaßen identifica esta problemática como una de visibilidad e invisibilidad "los hombres tienden a identificarse a sí mismos como gamers, pues su identidad de hombre y su identidad de gamer se superponen, en cambio, lo contrario sucede con las mujeres que juegan"(p.425) y así, identificarse como "gamer" resulta en un costo social negativo, a lo que plantea la siguiente solución; "más mujeres deben presentarse en el rol de gamer de manera visible para que el estereotipo cambie. Una representación más visible de las mujeres jugando llevará a un número mayor de mujeres modelo a seguir para niñas y otras mujeres." (p.430), (Wilberg, 2011) apoya este cambio, pero lo plantea desde un punto de vista aún más profundo, "Para movernos más allá del hombre blanco heterosexual como el 'típico desarrollador de videojuegos' y así mismo el 'típico gamer', será necesario avanzar más allá del hombre blanco heterosexual como típico personaje de videojuego"(p.10). Y, afortunadamente, hay todo un grupo de personas dispuestas a trabajar con ese propósito.

Fig 05: El estereotipo del "gamer"

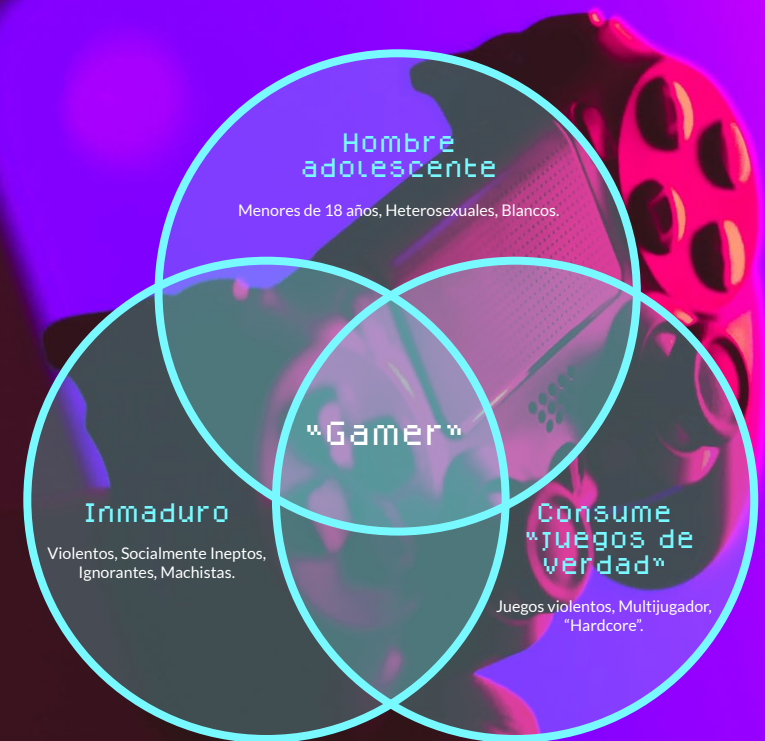


Fig 06: La realidad demográfica.

A pesar del estereotipo, la realidad demográfica de los "gamers" es otra:

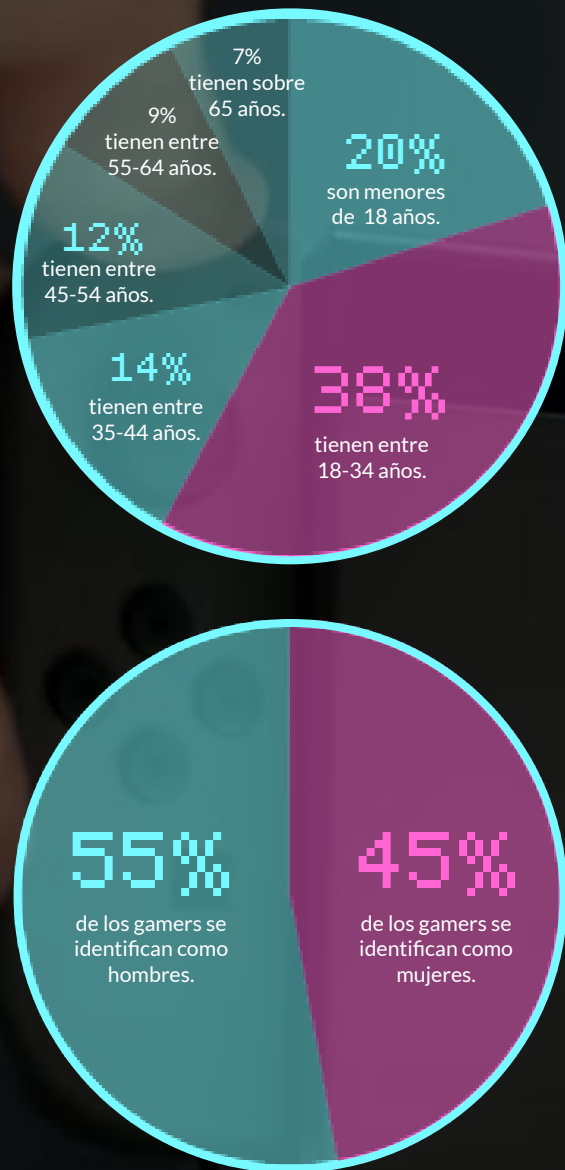
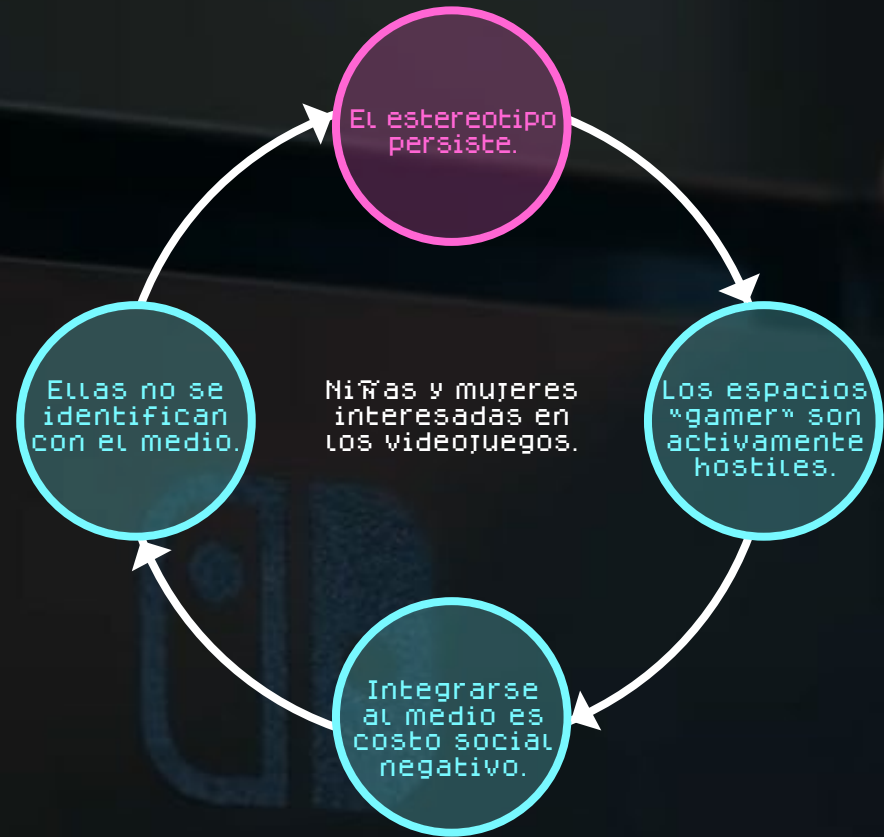


Fig 07: El círculo vicioso.

Entonces, ¿Por qué persiste en la cultura popular este estereotipo dañino e incorrecto?



## “Indie games” al rescate.

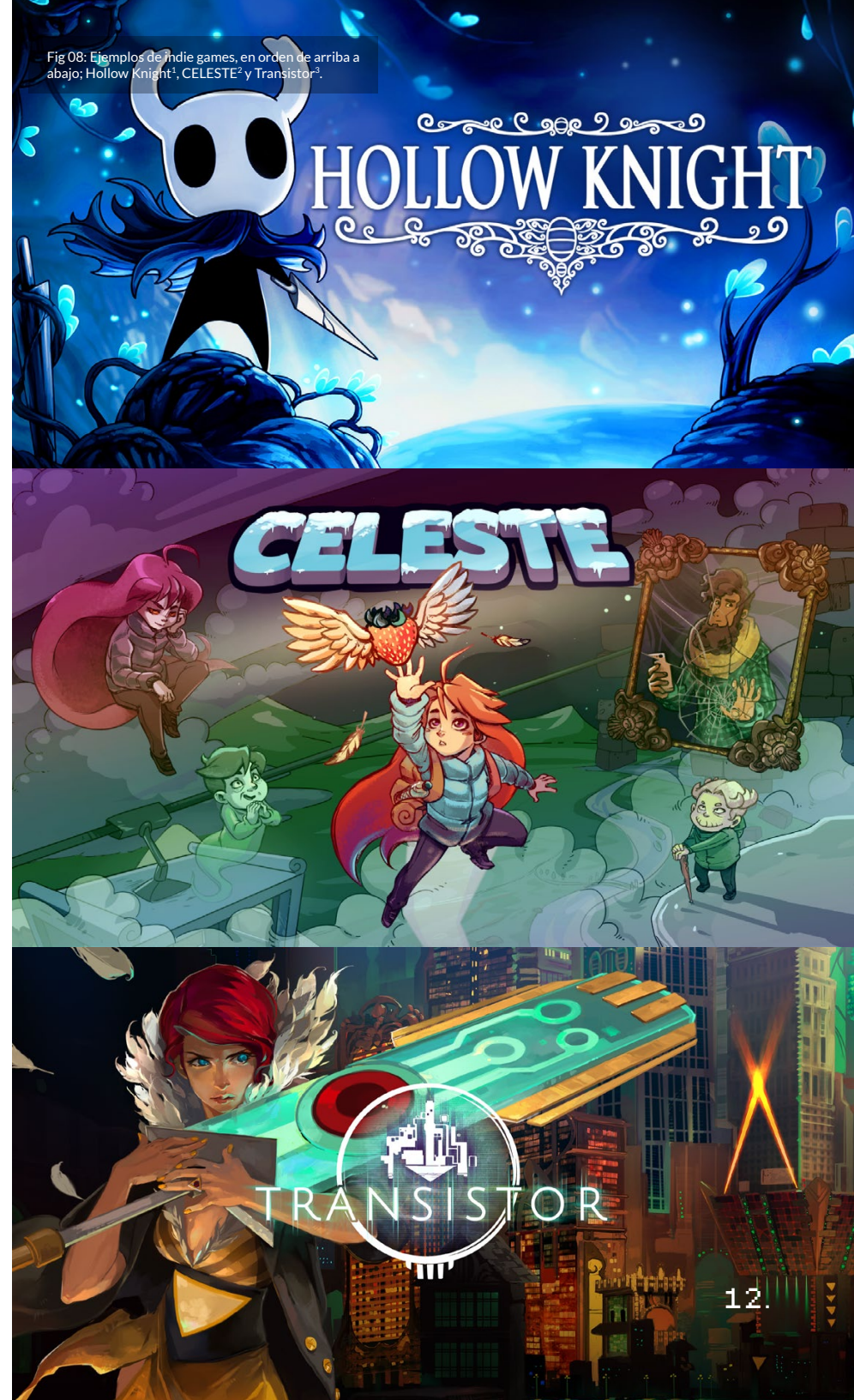
Los juegos independientes, o “Indie Games”, son juegos de presupuestos medios-bajos y equipos pequeños, normalmente donde los integrantes cumplen más de un rol y hay un estrecho trabajo de equipo. Son estos equipos quienes tienden a empujar los límites del videojuego como herramienta interactiva y de storytelling dinámico.

El medio está pasando por un proceso de maduración liderado por los *Indie games*, Isbister (2017) reconoce este fenómeno y menciona; “En este momento hay un Renacimiento en los juegos, tanto en géneros como en el rango de territorio emocional que cubren. Odiaría ver que esto muera porque la conversación cultural no estuvo a la altura de lo que estaba pasando. Tenemos que ser capaces de hablar de juegos arte y juegos ‘indie’ de la misma manera en que hablamos del cine arte y las películas ‘indie.’” (p.18) El mundo de los videojuegos independientes está innovando en tipo de historias y la manera de contarlas en los videojuegos, y nuevas redes de apoyo se están creando para apoyar a las narrativas divergentes en temas de experiencias de vida, género, raza, y sexualidad en los videojuegos (Brandes, 2017). Estas redes de apoyo son especialmente productivas pues, apoya directamente la idea de Wilberg (2011), están dando el primer paso para “avanzar más allá del hombre blanco heterosexual como el desarrollador de videojuegos típico” y están contando nuevas historias más allá del hombre blanco heterosexual protagonista.

Ian Bogost, Profesor en la Georgia Institute of Technology, diseñador de videojuegos y autor, expresa sobre el rápido crecimiento de los *indie games* en una entrevista para Polygon; “Tal vez nuestra percepción del problema es el problema. No es que los videojuegos no tengan diversidad, es que no estamos mirando a la diversidad del mercado. Estamos mirando donde no hay diversidad y estamos diciendo que esos juegos son los únicos válidos.”

Pero, si algo ha demostrado el éxito de algunos títulos es la existencia de un público interesado y atento a los proyectos independientes. Y, a pesar de que este es tan variado como el público del medio en general, existe una serie de jugadores que vale la pena destacar en la conversación.

Fig 08: Ejemplos de indie games, en orden de arriba a abajo; Hollow Knight<sup>1</sup>, CELESTE<sup>2</sup> y Transistor<sup>3</sup>.



# La adultez emergente.

## Una nueva etapa.

Arnett, J. J. (2000a) -quien dedicó gran parte de su carrera al estudio de la juventud y la formación- explica que, por gran parte de la historia humana, el desarrollo se ha definido por 3 grandes etapas, la niñez, la adolescencia y la adultez, esto se debía a los métodos de formación de las personas, ya que un niño pasaba la mayor parte de su niñez y adolescencia aprendiendo oficios o directamente trabajando, por lo que, al llegar a cierto punto, tenían las herramientas suficientes para comenzar una vida y rol social de adulto. Pero la llegada del siglo 21 dio paso a una serie de cambios sociales y culturales que cambiaron la manera en que los humanos se desarrollan.

El viaje a la adultez se ha complicado, el modelo tradicional del siglo 20 "niñez-adolescencia-adultez" ya no es capaz de representar las experiencias de los millennials y generación Z. La accesibilidad a la educación superior dio paso a una nueva etapa de vida. Una "pre-formación" a la adultez, Arnett (2000c) la define como una nueva etapa del desarrollo humano, que se acomoda de mejor manera a las realidades de los adultos jóvenes, la cual se posiciona como una etapa distintiva entre la adolescencia y la adultez (fig.09), una transición extendida, marcada por la inestabilidad y la exploración personal, denominado como "Adultez emergente".

Los adultos emergentes aún no se sienten adultos completamente, pero entienden que ya no son adolescentes, esta negación del crecimiento muchas veces catalogada como irresponsabilidad o egocentrismo no se basa en el deseo de mantenerse joven por siempre, sino que en el conocimiento y aceptación de los problemas y desventajas propias de la adultez (Arnett, 2007) y el deseo de atacar estas desventajas de forma efectiva.

Al no abrazar del todo esta identidad adulta, el adulto emergente se encuentra en la posición y capacidad de explorar las posibilidades de carrera y relaciones, tanto interpersonales, como su relación consigo mismo. Esta exploración lleva a ciertos individuos a vivir una especie de "crisis de identidad", puesto que es uno de los procesos más profundos y con consecuencias, riesgos y desafíos más grandes y concretos que ha experimentado la persona hasta ese momento (Arnett 2000b).

Fig 09: La adultez emergente



## Exploración, compromiso y ansiedad.

A partir de estas exploraciones, y el momento de "crisis" donde se encuentre la persona, se pueden definir ciertos tipos de adultos emergentes.

La adultez emergente se puede entender como una relación directa entre la exploración personal -la capacidad de experimentar, salir de su zona de confort y una búsqueda activa del "sí mismo"- y el compromiso -los puntos de la personalidad e identidad fijos con los cuales el adulto emergente construye su persona adulta-. En su disertación de doctorado, Khol (2016) utiliza un modelo empírico de personalidad para catalogar a los adultos emergentes a partir de estas dos variables en una tabla de exploración-compromiso del sujeto (fig. 10). Y así identifica cuatro tipos distintivamente diferentes de adultos emergentes:

- ▶ **Realización (Achievement):** Ya experimentó la crisis de identidad y explorar una variedad de identidades, finalmente se compromete con una o más de estas identidades.
- ▶ **Exclusión (Foreclosure):** Nunca experimentó la crisis de identidad, pero se comprometió con una identidad (muchas veces de acuerdo con las expectativas familiares o societales).
- ▶ **Moratoria (Moratorium):** Está activamente experimentando la crisis de identidad, pero aún no se ha comprometido con ninguna.
- ▶ **Difusión (Diffusion):** Puede o no estar experimentando la crisis de identidad, pero no está activamente explorando las posibilidades de su propia identidad, incluso puede estar evitando pensar en el tema.

Por su naturaleza abierta e incierta, la adultez emergente tiende a ser un proceso complejo en términos de salud mental. La "crisis" puede llevar a los sujetos a entrar en ciclos ansiosos o depresivos, los cuales están directamente relacionados con niveles bajos de satisfacción con sus vidas. De estos cuatro tipos de adultos emergentes, los adultos en Moratoria tienen los niveles de ansiedad más altos y los adultos en Exclusión tienen los más bajos (fig. 11).

Es la naturaleza cambiante del adulto emergente en Moratoria lo que lo convierte en el más interesante al momento de presentar una narrativa única y personal, pues no hay respuestas correctas o incorrectas en la exploración. Esto le entrega mucho potencial al momento de contar historias interactivas de cierto género literario muy presente en la cultura popular.

Fig 10: Los cuatro tipos de adulto emergente:

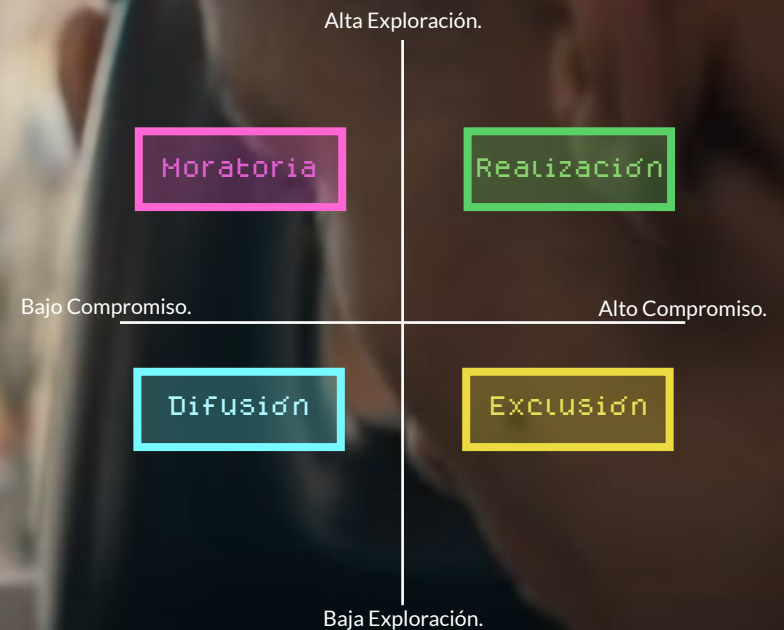


Fig 11: Niveles de ansiedad de cada tipo de adulto, en relación a la figura 10:



## Protagonistas del "coming of age".

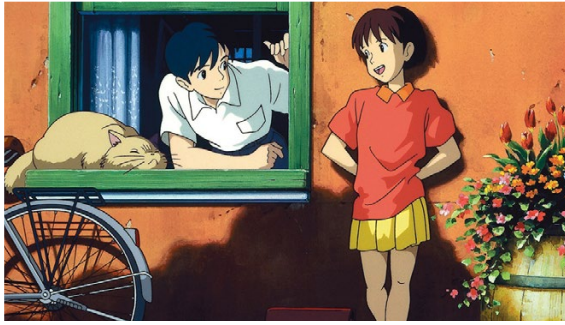
El género "coming of age" -"llegada de edad / mayoría"- está presente en prácticamente todos los tipos de medios (incluyendo los videojuegos), y se centra en el complejo y muchas veces melancólico viaje de la niñez a la adultez. Enfatizando y desarrollando lo difícil que puede ser la transición de una etapa a otra y los desafíos que esta conlleva. Dentro de este contexto el concepto de edad, o mayoría de edad, puede referirse a varios acontecimientos. Entre ellos: Adquirir una edad legalmente significativa, confirmar a un individuo como adulto dentro de una comunidad religiosa, vivir un momento de epifanía en donde la infancia se deja atrás, pubertad (en algunos casos pérdida de la virginidad), o tomar responsabilidad por uno mismo y sus acciones personales. (O'Donnell, 2021).

Acorde al libro *As Film Studies: The Essential Introduction* escrito por Sarah Casey Benyahia, Freddie Gaffney y John White publicado en 2006, el Coming of Age dentro del género cinematográfico se define por lo siguiente:

- ▶ Es un período de transición de niñez a adultez que se caracteriza por la necesidad de tomar decisiones acerca del futuro; en relación a la familia, amistades, educación, trabajo, sexualidad, etc.
- ▶ La escala de tiempo en la cual estas decisiones deben ser tomadas es acotado, por ejemplo, un verano.
- ▶ Tienden a apoyarse en el diálogo y emoción en vez de acción física.
- ▶ La edad actual del personaje principal puede variar, pero suele ser alrededor de la preadolescencia.
- ▶ La historia suele ser contada en un flashback por el personaje principal, quien ahora es más viejo y sabio.
- ▶ El personaje principal suele ser hombre.

Dando un especial énfasis en los primeros tres puntos, los adolescentes y adultos jóvenes en *Moratoria* hacen buenos protagonistas en media coming of age. A pesar del estado de crisis en que se encuentran ellos demuestran, según Khol (2016) "un inquebrantable, pero infundado optimismo hacia sus vidas" (p.11) por lo que el potencial del adulto emergente para contar historias dinámicas no pasa desapercibido por quienes viven este proceso, y generalizarlo como una era de infelicidad o sufrimiento termina siendo una exageración y, finalmente, caricaturización incorrecta (Arnet, 2007). algunos ejemplos a destacar son los siguientes:





[película] **“Susurros del corazón”**: (1995)

Película animada producida por el estudio Ghibli y dirigida por Yoshifumi Kondo. En un momento complicado de sus vidas, dos alumnos de enseñanza media descubren una potente amistad que crece alrededor de un verano. Un verano donde buscan propósito en sus vidas, tanto por sí solos, como juntos. y a pesar de que sus pasiones los separen, son sus sentimientos por el otro lo que los motiva a descubrir quienes son y seguir adelante.



[serie] **“Aggretsuko”**: (2016 - 2020)

Serie animada de Netflix en colaboración con Sanrio. Sigue el día a día de Retsuko, una joven panda roja que debe trabajar un agotador y desmotivante trabajo de oficina, siendo su única manera de desestresarse ir a cantar heavy metal a los karaokes de Tokyo. La serie sigue sus aventuras en su nueva vida adulta y explora temas de desarrollo personal, relaciones románticas y de amistad, vocación y la salud mental dentro del mundo corporativo.



[manga] **“El informe secreto de mi experiencia lesbica con la soledad.”**: (2016)

Este manga autobiográfico erótico, escrito e ilustrado por Kiba Nagata. Explora los altibajos de su salud mental mientras intenta encontrar independencia de sus padres y decidir que va a hacer con su vida, pues, en sus palabras, ella se siente como un bebe de 27 años. Todo culmina cuando, en un intento de demostrar independencia y madurez, contrata una prostituta lesbiana.



[serie] **“SHE-RA y las princesas de poder”**: (2018 - 2020)

Show de cinco temporadas creado en conjunto por Netflix y Dreamworks. Este remake de la serie de los 80 's ha sido alabada por medios como Vox y Rolling Stone magazine como “revolucionaria” y “fantástica”, especialmente por ser un buen ejemplo contemporáneo de representación LGBTQ+ en la media para adolescentes. Siendo campeón en la “representación casual”, donde el conflicto no radica en la sexualidad de sus personajes, sino en la lucha interna por forjar un camino propio.



“Crecer: todos lo hacemos. No hay dos personas que tengan exactamente la misma historia sobre la mayoría de edad; sin embargo, la mayoría de las veces, nos atraen muchas de las mismas historias centradas en la juventud en la pantalla, considerándolas clásicas y volviéndolas a ver una y otra vez. **Los jóvenes rara vez tienen el poder de contar sus propias historias, por lo que una película sobre la mayoría de edad que captura una generación, cultura o subcultura específica se siente como algo raro y especial para aquellos que se reflejan en la pantalla, especialmente cuando la película en sí encuentra un espectador durante su fase más formativa.** Una buena película sobre la mayoría de edad puede convertirse en una especie de emblema, una piedra de toque que es a la vez profundamente personal en su descripción de una era de la vida fugaz y emocional, y universal en su atractivo para cualquiera que la haya vivido.”

- Ettenhofer (2020)

*“Growing up: we all do it. No two people have exactly the same coming-of-age story, yet more often than not, we're drawn to many the same youth-centered stories on screen, deeming them classics and rewatching them again and again. Young people are rarely given the power to tell their own stories, so a coming-of-age film that captures a specific generation, culture, or subculture feels like a rare and special thing for those who are reflected on screen, especially when the film itself finds a viewer during their most formative phase. A good coming-of-age film can become an emblem of sorts, a touchstone that's at once deeply personal in its description of a fleeting, emotional era of life, and universal in its appeal to anyone who's lived through it.”*

(cita original)



# El movimiento metamodernista.

## Lo cínico, lo sincero y lo cómico.

Una vez ilustrada la manera de hacer media para adultos emergentes que los represente y acompañe en ese periodo de la vida, la siguiente pregunta es, ¿cómo comunicarse de forma efectiva con ellos?

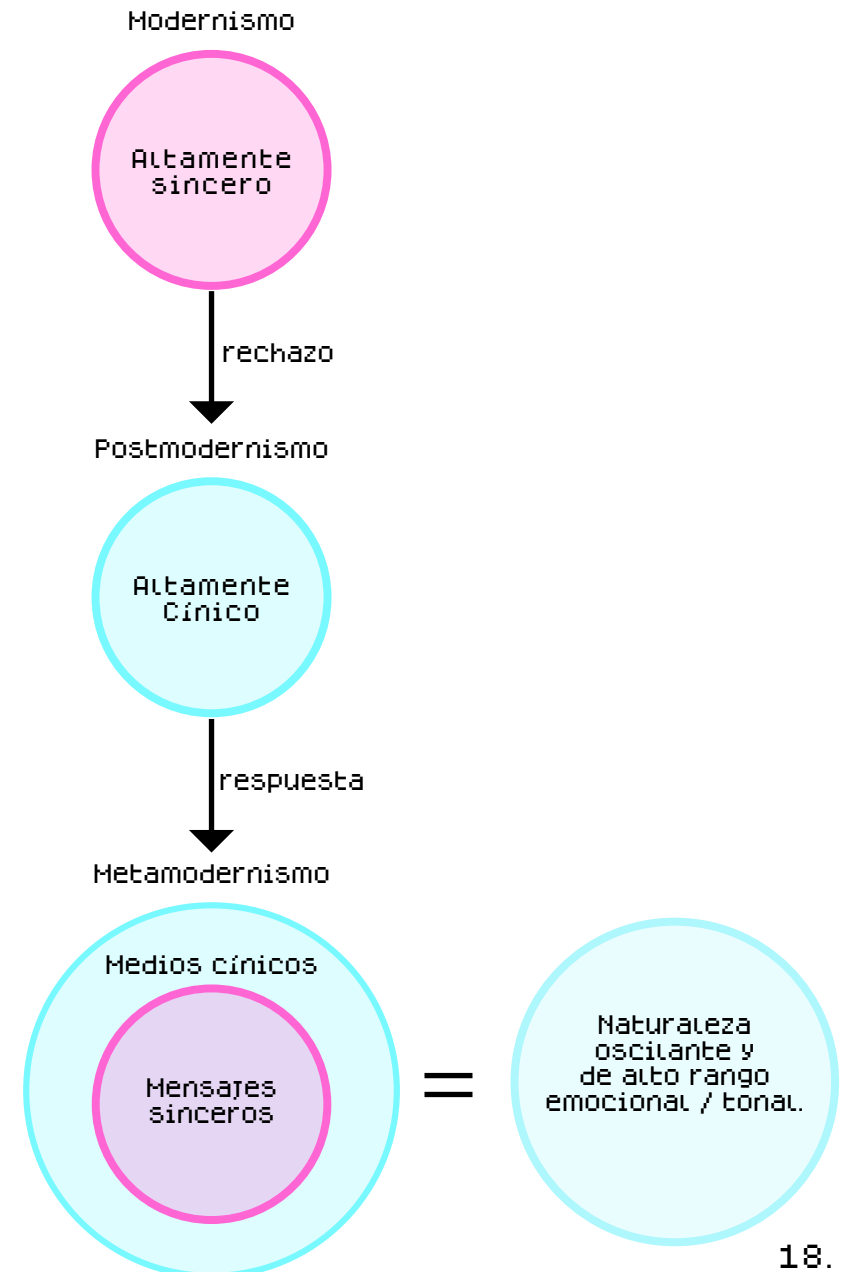
Actualmente, se está viviendo un nuevo movimiento artístico propio de la realidad online del humano contemporáneo, el cual nació de la relación entre sus dos predecesores, el modernismo y el postmodernismo. Entendiendo el modernismo como un movimiento altamente sincero, de exploraciones serias y preguntas genuinas, que dio paso al postmodernismo, un movimiento altamente cínico, que buscaba parodiar la seriedad y sensibilidad del modernismo.

Se puede decir entonces, que el postmodernismo es una consecuencia del modernismo y de esta misma forma, nace un nuevo movimiento en consecuencia del postmodernismo, el metamodernismo. Pero, a diferencia del postmodernismo, el metamodernismo no está en conflicto con los movimientos artísticos anteriores, sino que construye sobre estos, los mezcla, enviando mensajes sinceros a través de medios cínicos y lenguaje irónico. Grey (2019) -en una serie de conferencias sobre el metamodernismo en el videojuego- explica sobre el movimiento, “este combina tanto el modernismo como el postmodernismo, siendo su idea guía; sinceridad envuelta en cinismo. ¡Como una rica empanada!” (fig.13).

De esta manera, se genera una nueva manera de comunicar mensajes, un lenguaje totalmente propio, Turner (2011), quien acuñó el término “metamodernismo” originalmente lo define a través de un manifiesto de ocho puntos, el cual culmina con la siguiente afirmación;

“Proponemos un romanticismo pragmático sin trabas en anclas ideológicas. Por lo tanto, el metamodernismo será definido como la condición mercurial entre y más allá de la ironía y la sinceridad, ingenuidad y conocimiento, relativismo y verdad, optimismo y duda, en persecución de la pluralidad del dispar y horizontes elusivos. ¡Debemos avanzar y oscilar!”

Fig 13: El movimiento metamodernista, comparado con sus precedentes, el modernismo y el postmodernismo.



Bajo el concepto original de metamodernismo, la clave es la oscilación de un punto a otro. Pero MacDowell (2014), simplifica esto como “distanciamiento irónico con participación sincera”. Grey (2018), adopta esta definición y explora las posibilidades y usos del movimiento de forma online, identificándolo con cinco puntos clave;

- ▶ Colapsa las distancias entre grupos de personas dispares.
- ▶ Encarna un sentido de optimismo radical y amor propio frente a décadas de cinismo desenfrenado propio del postmodernismo.
- ▶ Reconoce las identidades en capas que las personas presentan online y en la vida real.
- ▶ Oscila entre polos opuestos, especialmente, entre el cinismo y la sinceridad.
- ▶ Explora las posibilidades fuera de estos parámetros, con una definición extremadamente holgada de lo que puede, o no, ser media metamodernista.

En relación a este último punto, una de las características más ventajosas del metamodernismo es que la media no tiene que atenerse a todos y cada uno de los parámetros para ser considerada metamoderna. Por ende, podemos entender cualquier pieza metamoderna como una que busca generar una distancia cómoda entre el mensaje y el receptor, normalmente con premisas divertidas o familiares, donde los receptores puedan sentirse cómodos en su conocimiento previo de los tropos y sus propias expectativas los hagan bajar la guardia. A la cual lentamente se van agregando elementos sinceros, lo que va desgastando la actitud cínica del receptor para establecer una especie de conexión con él, y, finalmente entregar un mensaje sincero.

Un ejemplo contemporáneo extremadamente presente y, -para este proyecto- relevante, es lo que sucede con los memes y el humor online.

## El lenguaje de la internet.

En contexto metamodernista los memes son extremadamente relevantes, pues tienen la capacidad de demostrar la naturaleza oscilante y de alto rango emocional y tonal de forma evidente, este tiene la capacidad de expresar ideas y sentimientos, compartirlos a través de mensajes altamente irónicos, con los cuales las personas se identifican.

Esta oscilación es evidente cuando exploramos la dicotomía entre dos corrientes populares de memes, en un extremo se encuentran los memes tiernos-sanos (wholesome memes) y por el extremo contrario, los memes de auto-desprecio (self-deprecating memes), los cuales entre ellos tienen una inmensa cantidad de matices y rangos emocionales (fig. 14).

La clave para generar piezas metamodernas efectivas que consigan tracción en internet está en entender lo que hace atractivo el meme, lo que en consecuencia genera media que habita en el internet sin referenciar directamente lo que ocurre dentro de éste. De esta manera, se puede proliferar en los espacios online.

Un ejercicio útil es consumir y analizar media metamodernista (o que utiliza códigos metamodernistas) que logran generar un impacto positivo en sus usuarios, y de esa manera entender como oscilar entre tonos aparentemente opuestos de forma efectiva.

Fig 14: El rango tonal del metamodernismo, ejemplificado en los memes de autodesprecio<sup>12</sup> versus tiernos<sup>78</sup> y sus matices intermedios<sup>3456</sup>.



## Metamodernismo en la cultura popular.

Las generaciones Z y millennial han desarrollado una afinidad especial con el metamodernismo, esto se puede ver en la media que ha proliferado con ciertas demografías. El metamodernismo puede adaptarse a prácticamente cualquier tipo de media, no solamente la imagen estática de los memes. Es posible encontrar matices metamodernistas en series, videojuegos, especiales de stand-up, incluso obras musicales. Entre algunos ejemplos destacados se encuentran;



[videojuego] “**Earthbound**”: (1994)

También conocido como “Mother 2” en Japón, desarrollado por Nintendo, es considerado uno de los primeros exponentes metamodernistas, siendo frecuentemente citado como referente del videojuego contemporáneo metamoderno. Su tono divertido es contrastado con una fuerte crítica social, específicamente parodiando a Estados Unidos y abiertamente criticando ideologías fascistas. Toda la saga “Mother” es considerada un clásico de culto.



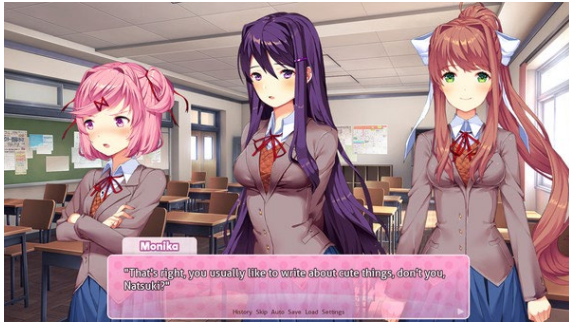
[videojuego] “**Hatoful Boyfriend**”: (2011)

Una parodia del “dating simulator” desarrollada por el autor de manga Hato Moa como proyecto personal. En este juego eres la única humana en una prestigiosa academia para palomas. Alabado por su estilo ingenioso de escritura, personajes desarrollados y trama sorprendentemente compleja, ha sido catalogado como uno de los mejores “dating simulators” de los últimos tiempos. Entrega un escenario de broma al jugador que permite que baje su guardia y acepte los mensajes sinceros del juego.



[videojuego] “**Undertale**”: (2015)

Undertale es un juego independiente desarrollado por Toby Fox y Temmie Chang, con 50.000 dólares recaudados en Kickstarter y 500.000 copias vendidas en solo 3 meses, el juego trabaja bajo la premisa de que todo el conflicto puede ser solucionado de manera pacífica. A través del humor limpio y una serie de variados y carismáticos monstruos, Undertale dominó la conversación cultural, entregando mensajes positivos mediante el uso de lo absurdo y adorable.



[videojuego] **“Doki Doki Literature Club”**: (2017)

Desarrollado por Team Salvato. Este exponente es notable al evitar el uso de humor como mecanismo de confianza, centrándose en las convenciones de los *“dating simulator”* -o simulador de citas- este juego de horror psicológico busca subvertir las expectativas de los jugadores, entregando una historia sobre la inevitabilidad del sufrimiento, la salud mental y la muerte. Pero finalmente busca mostrarnos que todos merecemos amor.



[videojuego] **“Dream Daddy: A Dad Dating Simulator”**: (2017)

Juego independiente desarrollado y producido por Game Grumps. Dream Daddy, también conocido como DDADDS, es un juego donde personificas un padre atractivo, que busca salir románticamente con otros padres atractivos. Un éxito comercial, DDADDS es frecuentemente elogiado por su tono divertido y feliz, que esconde una narrativa compleja sobre criar como un padre soltero y los problemas de los hombres adultos gay contemporáneos.



[serie] **“Bojack Horseman”**: (2014-2020)

Creada por Raphael Bob-Waksberg, esta historia sigue la desastrosa vida cotidiana de Bojack Horseman, ex-estrella de televisión. Seguimos los altibajos de Bojack en temas como adicción, su vida sexual y afectiva, como se relaciona con sus amigos y quienes lo rodean, y como lentamente entra en una espiral de autodestrucción que lo lleva a los puntos más bajos de su vida. Bojack Horseman se aprovecha de su estética cartoon y divertida para tener una conversación con la audiencia sobre los patrones negativos que consumen a las personas.



[serie] **“Rick and Morty”**: (2013-2020)

Creado por Justin Roiland y Dan Harmon, esta serie de comedia relata las aventuras espaciales del científico más brillante del mundo, Rick Sanchez y su dolorosamente promedio nieto, Morty. Famosa por su tono irreverente y humor negro, esta animación para adultos explora temas como el significado de la vida, la familia y el amor, muchas veces entregando mensajes potentes gracias a monólogos de ciertos personajes o vivencias de Morty en el mundo frío y cruel de su abuelo.



[especial de comedia] **“Bo Burnham: Make happy”**: (2016)

Este especial de comedia transformó a su autor, Bo Burnham, en una sensación viral debido a su estilo particular de comedia musical, que toca las inseguridades de la audiencia contemporánea abriendo la reflexión sobre el propósito de nuestras vidas, las dificultades de ser feliz en el mundo contemporáneo y nuestro propio cinismo de forma que, la audiencia conecta con el mensaje de Bo, viéndose reflejados en sus dilemas.



[especial de comedia] **“John Mulaney & the Sack Lunch Bunch”**: (2019)

En este especial de comedia de Netflix, el comediante e icono cultural John Mulaney empieza su propia serie de televisión infantil al estilo de “plaza sésamo”. Los niños invitados se vuelven las estrellas del show, donde a partir de temas musicales exploran la imaginación infantil desde un punto de vista humorístico y cínico, contrastando la madurez y capacidad de los niños con los temas clásicos de la media infantil.



[especial de comedia] **“INSIDE”**: (2020)

En su primer especial independiente, Bo Burnham, ilustra sus experiencias de pandemia, haciendo su especial desde su casa, de ahí es donde sale el nombre, INSIDE -adentro en español-. Bo logra transparentar los efectos del encierro a través de canciones divertidas que bordean lo ridículo. Este especial tuvo tanto éxito en las comunidades de instagram y tiktok, que partes de sus canciones se han vuelto memes populares.



[especial de comedia] **“Legalize Everything”**: (2020)

Este especial de Netflix, protagonizado por Eric Andre, donde, como sugiere el título, Eric propone la idea de legalizarlo todo, específicamente todas las drogas. Famoso por su show postmodernismo “The Eric Andre Show” donde se burla de los talk shows americanos. En esta rutina de stand up toma una nueva postura, donde, a través de su humor grotesco critica el sexismo, racismo y clasicismo por parte de la policía y el sistema de justicia Estadounidense. Haciendo un irónico llamado al caos pero sutilmente entregando otros mensajes de acción política.



[video musical] **“Shia Labeouf’ Live - Rob Cantor”**: (2014)

En el momento más controversial de su carrera, Rob Cantor dedicó una canción al actor Shia Labeouf, donde lo describe como “literalmente un caníbal”. Esta canción tomó tanta popularidad que culminó con una interpretación de la canción aprobada por Shia, donde él aparece en el video, recreando la famosa escena de “Ciudadano Kane” a modo de crítica a su propia persona.



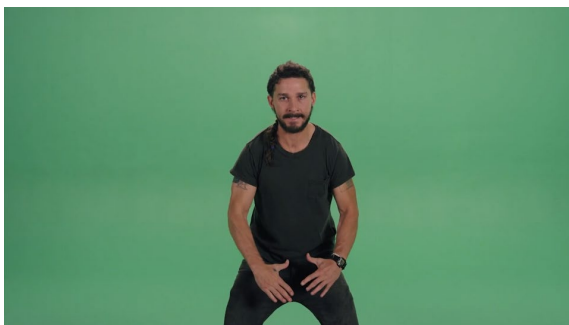
[video musical] **“This is America - Childish gambino”**: (2018)

Donald Glover lanzó su canción, “This is America”, como una fuerte crítica al país. Este referente destaca porque logra un mensaje metamoderno alejándose de la comedia, centrándose en los aspectos más frívolos y cotidianos de la vida americana para contrastar con sus mensajes, los cuales se entregan con diversos niveles de sutileza. Este es solo un ejemplo pero, la mayoría de su música aborda temas de forma metamodernistas, sobre todo sus videos.



[instalación de arte] **“#IAmSorry”**: (2014)

En esta instalación de Los Ángeles, California, el actor Shia Labeouf se sienta en un cuarto vacío, dejando que las personas entren e interactuen con el como deseen. Lo que inicio como una serie de bromas pesadas a su persona pronto se transformo en una emotiva interacción entre el y quienes visitaron la instalación.



[proyecto de arte] **“#INTRODUCTIONS”**: (2015)

En este proyecto de uso liberado, el actor Shia Labeouf colaboró con los alumnos de la Central Saint Martins BA Fine Arts School para interpretar una serie de monólogos escritos por los alumnos. Uno de estos monólogos se disparó en popularidad en internet, sembrando a Shia como un icono del humor online en la época de los mid-2010s.



## Ludonarrativa.

Los videojuegos tienen una característica interactiva que pocos medios pueden imitar o recrear, y es gracias a esta familiarización e integración del producto con el usuario que se generan modelos únicos para contar historias. Hocking (2007) acuñó el término “Ludonarrativa” para referirse a la historia que se cuenta a través del juego, más allá de la narrativa tradicional presente en otros medios como el cine y la literatura.

Los videojuegos presentan dos tipos de motores narrativos, el primero, es el contenido “pre-creado”, la parte que el diseñador puede planear y, hasta cierto punto, controlar. Y la segunda es la acción del jugador o “usuario-generado”, que radica en las decisiones personales y acciones únicas de cada jugador, se entiende entonces, como Ludonarrativa, la mezcla entre contenido “pre-creado” y “usuario-generado”, creando experiencias que se arman en conjunto entre diseñador, programador, artistas visuales/musicales y jugador (fig.15)(Haggis, 2017).

Cuando esta experiencia es una positiva para el jugador, se entiende que el juego es “inmersivo”, ósea, permite al jugador suspender su incredulidad y adentrarse al mundo del videojuego de lleno, aceptando sus reglas y realidad como propias de la experiencia de juego y de la misma manera, aceptándolas para sí mismos (Swink, 2008). La inmersión tiene el potencial de abrir las fronteras a sus usuarios a nuevas experiencias de vida, asumir identidades alejadas de las propias y así empatizar con las historias y personajes fuera de sus propias realidades, abriendo sus horizontes y llevándolos a conclusiones personales tanto sobre la misma historia, como sobre sus propias vidas (Isbister, 2017). Pero, por el contrario, si las acciones del jugador contradicen los mensajes o narrativa del juego, esto genera una desconexión entre el jugador y el juego que Hocking (2007) denomina como “disonancia ludonarrativa”, generando una distancia incómoda entre jugador y juego, entorpeciendo la experiencia en su totalidad.

Para generar una ludonarrativa coherente y efectiva, es importante tener en cuenta al usuario objetivo del juego, en este caso, la adulta emergente gamer.

Fig 15: Ludonarrativa.



Levis (1997) califica esta cualidad como una ventaja del videojuego sobre otros tipos de medios, “quizás justamente, el secreto de su atractivo se encuentre en la posibilidad del videojuego de pasar de la mirada a la acción” (p.182).

# Oportunidad de diseño.

## Problemática y Oportunidad de diseño.

Recapitulando hasta ahora; el videojuego, a pesar de ser una industria en crecimiento y de alta relevancia, tiene “el problema del gamer”, el cual tiene su núcleo en una falta de representación visiblemente diversa en sus personajes y equipos de trabajo, pero los juegos indie (sus desarrolladores y sus jugadores) están trabajando de forma activa para cambiar la imagen del “típico juego”, y, así mismo, del “típico gamer”.

Con esto en mente, el adulto emergente es un público con un alto potencial gracias a su viaje de autodescubrimiento personal, lo que los convierte en buenos protagonistas para media “coming of age”. Pero, ¿cómo llegar al adulto emergente de forma efectiva? A través del metamodernismo y su lenguaje irónico, pero sincero.

Son los indie games quienes han adoptado esta manera de comunicarse de forma más prominente, utilizando una metodología única al medio de los videojuegos, la ludonarrativa.

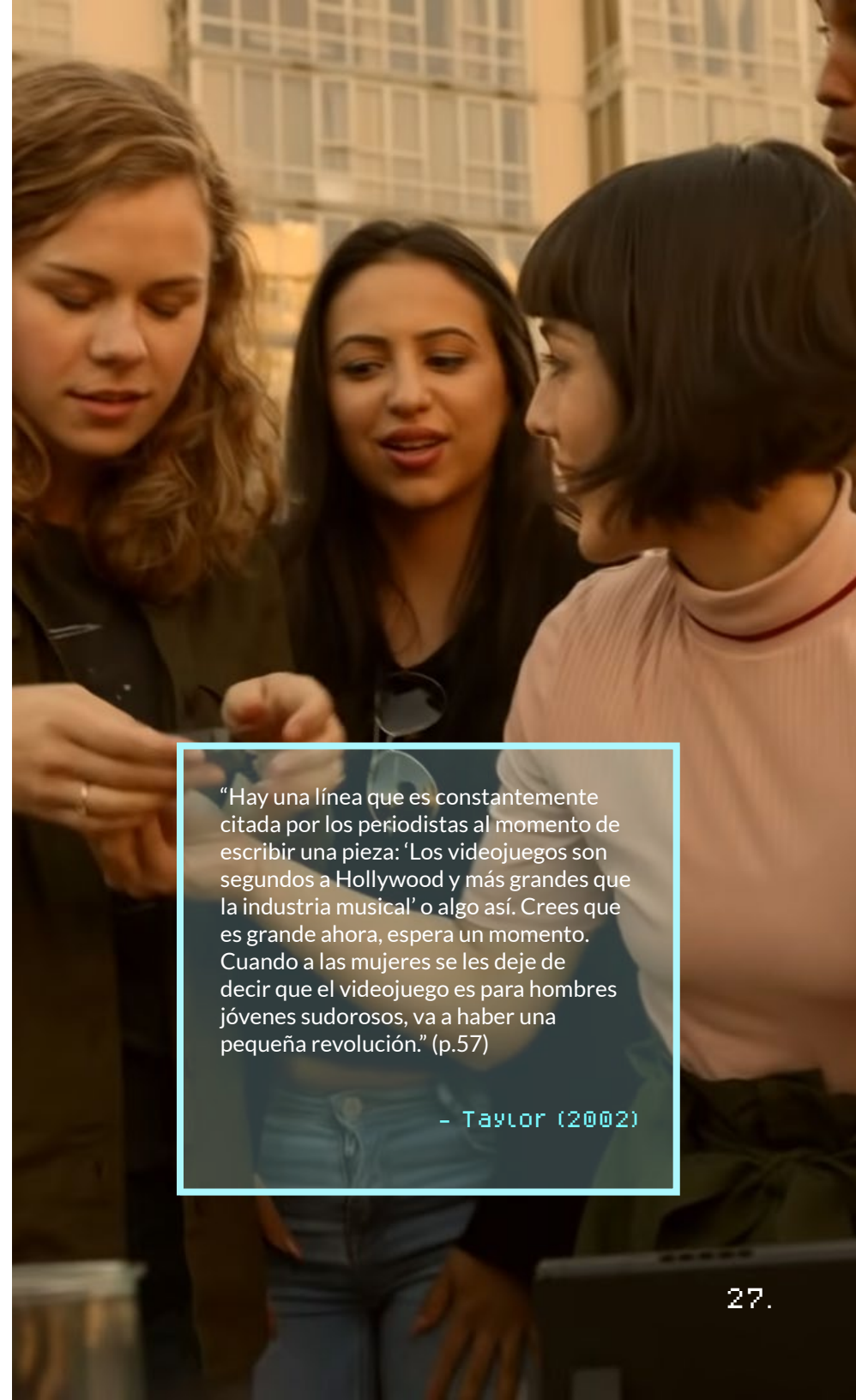
## Usuario: Adultas emergentes gamer y sus necesidades.

Como seres humanos, buscamos conectar con la media que consumimos, esto es más o menos efectivo gracias al tipo de representación que nos entrega. Una pieza de media (sea esta una película, serie, manga, cómic, videojuego, etc.) con un elenco variado, o que cuente historias similares a nuestras vivencias, o que ataque problemáticas atinentes a nuestras realidades, nos hace sentir vistos, importantes y validados (Abernathy, 2013).

Pero, al mismo tiempo, la representación mediática nos entrega un desafío; ¿cómo representamos correctamente a un grupo, si todas las personas que pertenecen a este son distintas?. A este dilema se le conoce como el de la “representación perfecta”, la cual es imposible de alcanzar (Grey, 2019). Pero a pesar de eso, existen claves para la representación positiva, entre ellas, comprender la identidad como una realidad con capas, mostrar al personaje como un individuo independiente, y (sobretudo al momento de crear personajes pertenecientes a minorías) evitar los estereotipos dañinos, que buscan objetivizar y deshumanizar a los afectados.

### 1. La identidad acumulativa.

Con esto en mente, vale la pena comprender la identidad como una serie de “capas” que nos cubren y es la mezcla particular de estas identidades lo que aporta a nuestras experiencias únicas como seres humanos. Naturaleza que es frecuentemente olvidada en los videojuegos, sobre todo en los juegos desarrollados por grandes compañías-también conocidos como juegos AAA-, quienes muchas veces tratan la representación como una cuota que hay que cumplir, por lo que es difícil conseguir representación positiva de personajes complejos, con identidades complejas. Wilberg (2011) habla de la interconectividad de la identidad y menciona; La comprensión de la invisibilización en los videojuegos no puede avanzar simplemente viendo a la raza, o al género, o a la orientación sexual. Viendo, por ejemplo, raza y género como cosas separadas, las mujeres no-blancas son excluidas de la conversación (p.29). Es aquí donde la teoría Feminista puede aportar al mejor desarrollo de un sistema de representación, pues el feminismo interseccional comprende esta naturaleza interconectada y la trata directamente. Dale & Overell (2018) también entienden el feminismo como “no es un objeto ni una etiqueta o una definición, [...] se rehúsa a la cosificación tantas veces demandada por los espacios académicos y políticos. En otras palabras, la mejor parte del feminismo es que no se queda quieto” y es gracias a su propia naturaleza fluida que el feminismo nos permite abarcar temas amplios en cuestiones de identidad, y ayudarnos a comprender las sutilezas de las distintas experiencias bajo distintas pieles.



“Hay una línea que es constantemente citada por los periodistas al momento de escribir una pieza: ‘Los videojuegos son segundos a Hollywood y más grandes que la industria musical’ o algo así. Crees que es grande ahora, espera un momento. Cuando a las mujeres se les deje de decir que el videojuego es para hombres jóvenes sudorosos, va a haber una pequeña revolución.” (p.57)

- Taylor (2002)

## 2. Representación no-asimilacionista.

Los videojuegos tienen serios problemas de representación desde el giro de los 90s, un problema que no ha pasado desapercibido por los desarrolladores ni académicos, cerca de los 2000s, se intentó mover un poco la balanza con la moda de la “strong female protagonist”, sobre este intento Levis (1997) critica; “Los videojuegos, poco a poco, empezaron a incorporar un personaje femenino que asume un rol activo en el desarrollo del juego [...]. No obstante, este nuevo tipo de personaje de rasgos androgenos y comportamiento violento, no trae, salvo su propia presencia, nada nuevo.” (p. 198)

Esto es directamente relevante al tono con el cual se presentan estos personajes, muchas veces, la representación encuentra conflicto entre la normalización y la asimilación, donde, en un intento de generar diversidad sin violentar el status quo, se termina eliminando parte de la identidad que se buscaba normalizar y representar. En su ensayo sobre representación transgénero en el docureality, Joanna McIntyre (2018) critica sus casos de estudio pues “su activismo no es subversivo ni radical, sino que últimamente asimilacionista” (p.19) ya que estos docurealities presentaban la identidad transgénero como una identidad que sigue instituciones cisgénero, donde las personas cisgénero “premián con aceptación condicional”(p.21) a las personas trans. Este fenómeno puede proyectarse a otras identidades.

En otras palabras, no sirve de nada entregar un personaje mujer, que actúa e interactúa con el mundo a su alrededor como si fuera hombre, o un personaje transgénero que elimina sus experiencias disidentes en pos de no violentar a las personas cisgénero que consumen el contenido.

Es bajo esta crítica que podemos entender una forma de entregar representaciones positivas y saludables, individualizando a los sujetos a representar, rodeándolos de personajes diversos, donde no dependen de las experiencias de un solo personaje o protagonista para verse en la media.

## Contexto: El juego no violento.

Los juegos independientes que tocan narrativas no-violentas, centradas en personajes y sus viajes personales han demostrado ser una fuerza enorme en el medio. Juegos como "Undertale" (fig. 16) donde puedes decidir solucionar todas las batallas con una conversación amigable o "Stardew Valley" donde te encargas de revivir la vieja granja de tu abuelo, no solo rompieron récords de venta, sino que se transformaron en verdaderos movimientos culturales. El deseo de ver nuevas narrativas en el medio también se hace evidente con el auge del "crowdfunding", donde los propios fans ayudan a financiar los proyectos que quieren ver realizados, literalmente votando con su dinero. El éxito de juegos financiados de este modo, especialmente juegos casuales como es el caso de los juegos de simulación y novelas gráficas, sobretodo las de carácter LGBT+, muestra un real e involucrado interés por parte de este nicho, la jugadora (o jugador) que busca narrativa e historia en sus videojuegos y esta sedienta de variedad y media que las (o los) represente (Shaw, 2010).

## Las ventajas de un Demo.

El demo gratis ha tomado relevancia durante los últimos años, siendo parte clave del desarrollo de un proyecto audiovisual como es el videojuego.

Un demo es "un ejemplo de un producto, especialmente un programa de computador o música grabada, que se le entrega o muestra a alguien para intentar que esa persona lo compre o lo apoye" (Cambridge Dictionary, definición 2), por lo que, con la creciente popularidad del crowdfunding, un demo se transforma en el primer vínculo entre consumidor y proyecto, generando audiencia desde el día uno y poniendo las expectativas de dicha audiencia en sintonía con la visión y habilidades del equipo de desarrollo.

Fig 16: Pagina de compra de Undertale, con sus reviews correspondientes.





# DESARROLLO

Parte II

# Formulación.



Un demo gratuito de un videojuego independiente que represente y explore la crisis del adulto emergente con un lenguaje metamoderno.



Porque el videojuego está en un proceso de maduración y crecimiento activo, lo que abre las puertas para movimientos que buscan diversificar el medio y el tipo de historias que se pueden contar con este. Todo esto sumado al gran porcentaje de jugadoras mujeres que, a pesar de que aman y disfrutan del medio, se ven subrepresentadas en este y repetidamente demuestran su deseo de consumir narrativas donde puedan ser protagonistas.



Para entregar representación positiva a un sector frecuentemente ignorado en el discurso y diseño de los videojuegos, generando links visibles y públicos entre las mujeres y el videojuego, insertándose en el mundo de los indie games y apoyando sus esfuerzos de romper estereotipos y diversificar el medio.

## Objetivos específicos

1

Crear una historia original que entregue a las usuarias la capacidad de sentirse identificadas.

**IOV: Medir** la capacidad de reconocimiento propio en la historia.

**¿Como? ▶** Entrevistar al usuario, con fin de identificar contradicciones y similitudes entre los personajes y si mismos.

2

Generar un mundo inmersivo y estimulante tanto a usuarios entendidos en el medio como usuarios casuales.

**IOV: Evaluar** la retención de información del usuario sobre su experiencia lúdica.

**¿Como? ▶** Generar cuestionarios sobre los temas narrativos y el mundo donde se sitúan.

3

Entregar un nivel de control satisfactorio al usuario, donde sus decisiones e input lúdico se sientan relevantes, y no solo sea un consumidor pasivo de la narrativa.

**IOV: Medir** los niveles de satisfacción del usuario con el resultado de sus acciones.

**¿Como? ▶** Observar y documentar como el usuario interactúa con el DEMO.



## Introducción al pixel art.

Ahora que la temática y objetivos están definidos, es relevante delimitar la manera en la cual el DEMO conseguirá estos, partiendo por una identidad visual definida con la cual se puede empezar un desarrollo. Y una de las identidades visuales mas influyentes e iconicas es la del pixel art.

A través de la historia, la identidad visual del videojuego se ha visto definida y limitada por las capacidades del hardware que los contienen. A inicios de los 80s, empezó la llamada “tercera generación de consolas”, donde la Nintendo Entertainment Sistem (NES) y la SG-1000 de Sega definieron como se verían los videojuegos a través de la década. Este estilo visual se llamo “8-bit”, y tenía una alta predominancia de objetos de ocho-por-ocho pixeles.

En una pieza sobre el impacto del 8-bit Paez (2020) explica; “El fondo estaba en una capa dividida en 968 cuadrados de ocho-por-ocho pixeles. Los desarrolladores solo podían usar 256 cuadros de colores en la pantalla al mismo tiempo por lo que la repetición era la clave y solo era capaz de generar 64 colores, de los cuales solo podía mostrar 13 simultáneamente. La capa de sprites, también conocida como la capa donde se encuentra el protagonista y los enemigos tenía su propia serie de reglas complejas también. Todas estas restricciones dirigieron las gráficas que ahora categorizamos como ‘8-bit’, pero esos juegos fueron diseñados de esta forma por necesidad, no por elección artística.”

A finales de la década, en la llamada “cuarta generación de consolas”, la cantidad de bits que podía procesar una computadora se duplicaron, dando paso a la “era de los 16-bit”. Y finalmente culminó en la era “quinta generación de consolas”, también llamada la “era de los 32-bit”, “la era de los 64-bit” o la “era 3D”, pues, fue en este momento donde empezaron a ser mas prominentes los juegos con espacios y personajes tridimensionales.

Este estilo del pixel se fue dejando de lado con la “quinta generación de consolas”. Un movimiento que se mantiene en la actual “novena generación de consolas”. Los desarrolladores de alta gama como Nintendo, Sony y Microsoft se movieron en busca de alta fidelidad y realismo en los videojuegos (fig.17). Pero el pixel art no fue abandonado del todo, pues los desarrolladores independientes que se inspiraron con los juegos de los 80s y 90s no dejaron de perfeccionar el estilo, generando una nueva ola en la dirección de arte.



Fig 17: Mario a través de las épocas, en orden de arriba a abajo. La era de 8-bit<sup>1</sup>, la era de 16-bit<sup>2</sup>, 32-bit<sup>3</sup>, la era 3D/64-bit<sup>4</sup>, el estado del arte contemporáneo<sup>5</sup>.

## “Hi-bit pixel art” como recurso.

El pixel art estuvo especialmente presente en el videojuego entre los 80s y 2000s, por lo que es un estilo nostálgico para el gamer promedio (el cual se determinó anteriormente que tiene entre 18 y 34 años). Esto lo hace altamente influyente en el desarrollo de videojuegos independientes. La mayoría de los desarrolladores son personas adultas que crecieron con los videojuegos de los 80s, 90s y 2000s. Por lo que existe un grupo de personas que nunca abandonaron el pixel art, ya sea por nostalgia, o por un deseo de ver el medio avanzar. Estas personas están haciendo un nuevo pixel art, uno que se inspira y se educa de los juegos de antaño, pero, libre de las limitantes de hardware, puede proponer formas, colores y animaciones que antiguamente eran imposibles. Este nuevo estilo de pixel art se le conoce como el Hi-bit pixel art.

Jo-Remi Madsen, desarrollador del videojuego Owlboy (fig.18), acuñó el término en un artículo el año 2016, y lo define de la siguiente manera;

“Estos juegos nuevos se VEN como si fueran de 8 y 16-bit, pero no lo son o sí? Nop. Definitivamente no. Ellos avanzaron mas allá de las limitaciones de los formatos antiguos, viéndose mucho mejor que los estándares pasados, lo que me lleva a pensar que el pixel art no es un medio muerto, como muchos desarrolladores y publicistas aparentemente creen.

Entonces, hace a un juego hi-bit? Creo que cualquier pixel art que opera mas allá de las antiguas limitaciones de las consolas de 8/16/32-bit podría ser definido como hi-bit. Es un término que puede usarse para describir esta generación de juegos 2D, a pesar de que la mayoría de ellos están rindiendo homenaje a las antiguas eras.”

La definición holgada del hi-bit entrega como ventaja la posibilidad de adaptarlo a las necesidades de los distintos proyectos. Dos proyectos pueden ser extremadamente diferentes en tono, atmósfera y niveles de violencia, y aún así compartir como característica el hi-bit.

Los siguientes juegos se pueden considerar como ejemplos desatcados del hi-bit pixel art:

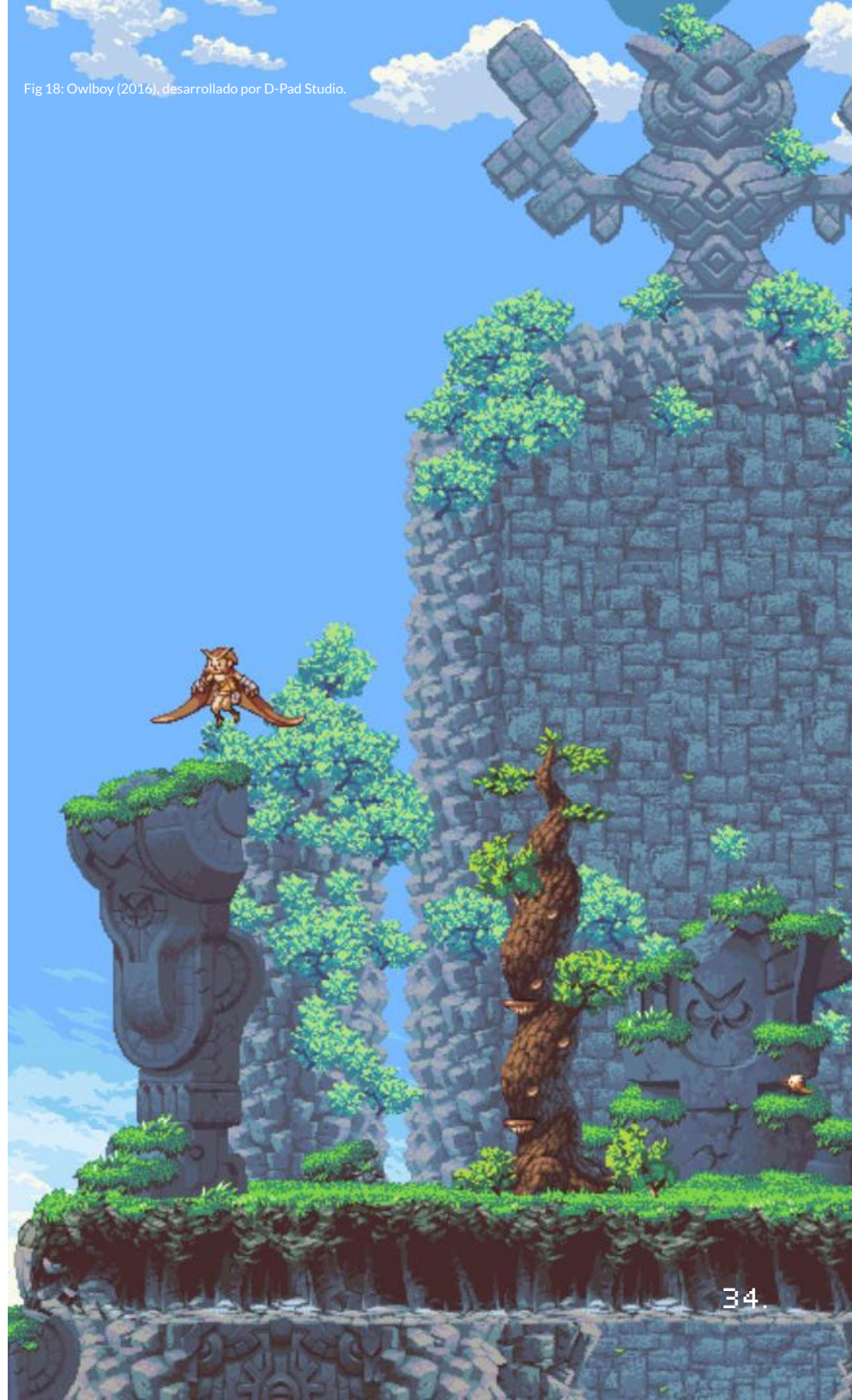


Fig 18: Owlboy (2016), desarrollado por D-Pad Studio.



“Hyper Light Drifter”: (2016)



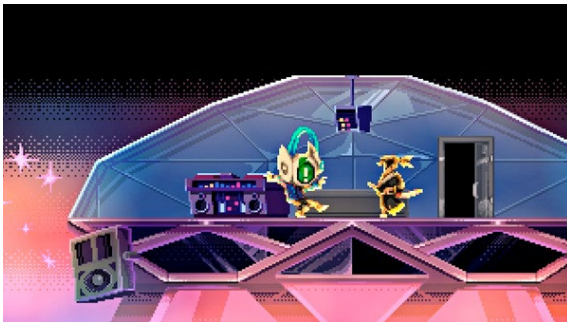
“Enter the Gungeon”: (2016)



“Iconoclasts”: (2018)



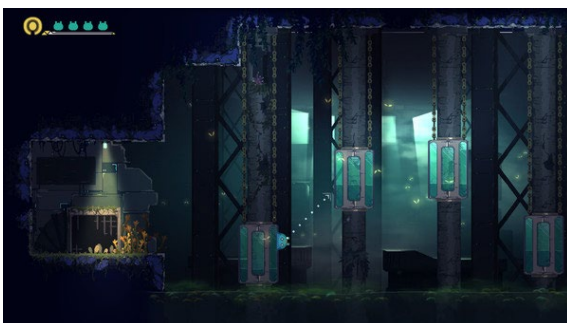
“Stardew Valley”: (2016)



“Katana ZERO”: (2019)



“Terraria”: (2011)



“MO:Astray”: (2019)



“FEZ”: (2013)

## La vista "top down".

La *top-down view* -vista de arriba abajo o vista de pájaro-, es una vista en donde se dispone al jugador en una perspectiva desde arriba para apreciar al personaje junto a su entorno en todo momento (fig. 19). Esta técnica visual viene siendo usada en videojuegos desde sus inicios en la época dorada, haciéndose presente en títulos tales como "Pac-Man" (1980), "Rally X" (1980), "Robotron 2084" (1982) pero popularizándose especialmente entre finales de los ochenta y los años noventa con el auge del género RPG -role playing game o juego de rol-, videojuegos en donde los jugadores toman el rol de personajes que interactúan con su entorno y se relacionan con otros personajes controlados por la computadora para desarrollar una historia. Así es el caso de "Dragon Quest"<sup>1</sup> (1986), "Final Fantasy"<sup>2</sup> (1987), "Mother" (1989) y "Pokémon"<sup>3</sup> (1996).



## Referentes principales.

A continuación se presenta una serie de videojuegos que tocan el tema de la adultez emergente de alguna manera u otra, o presentan personajes que deben sobrellevar una crisis personal de forma no violenta. Los referentes se dividen en referentes temáticos -que tocan el tema del adulto emergente-, tonales -que utilizan humor y/o lenguaje metamoderno- y visuales -que utilizan el hi-bit pixel art y/o la perspectiva top-down-. En orden de relevancia:



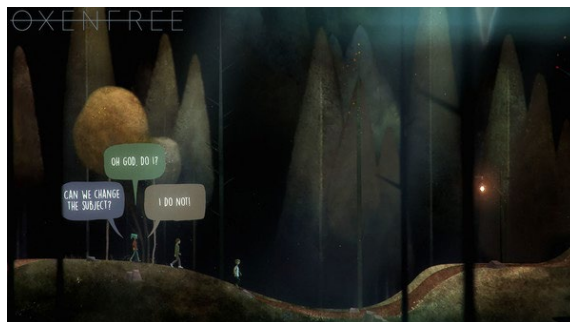
[temático] [tonal] **“Night in the Woods”**: (2017)

También conocido como NitW, es un juego independiente desarrollado por Infinite Fall, trata a un grupo de adultos jóvenes que deben conectar unos con otros después de estar separados por un año. Sus personajes sufren la crisis de identidad propia del adulto emergente mientras batallan con diferentes enfermedades mentales. El juego humaniza estas condiciones y nos permite entender cómo les afectan y cómo las sobrellevan tanto juntos como de manera individual.



[temático] [tonal] [visual] **“Va-11 Hall-a: Cyberpunk Bartender Action”**: (2016)

Juego independiente desarrollado por Sukeban Games donde tomas el rol de Jil, una bartender en un mundo distópico cyberpunk, pero en vez de salvar el mundo y desmantelar a la corporación malvada, eres la empleada de un pequeño bar de mala muerte en medio de la ciudad, donde puedes conocer a sus habitantes y sus problemas personales. No puedes salvar el mundo con tus tragos, pero, a tu manera, puedes cambiar vidas.



[temático] **“Oxenfree”**: (2016)

Desarrollado por night school studio, este juego independiente relata la terrible noche de un grupo de adolescentes que accidentalmente abren un portal al inframundo intentando festejar en una parte abandonada de la ciudad. La historia sigue a Alex, una joven que lleva a su nuevo hermanastro a una fiesta en un intento de conectar con él. Debes manejar el drama interpersonal que generó la muerte del hermano mayor de Alex y decidir si va a luchar por un nuevo futuro (arreglando las cosas con sus amigos y familia) o quedarse en el pasado.



[tonal] [visual] **“Dropsy”**: (2019)

Juego desarrollado por Tendershoot y A Jolly Corpse, se centra en el titular Dropsy, un payaso que es falsamente acusado de incendiar la carpa del circo. Dropsy debe usar su buen corazón y buena voluntad para ayudar a los residentes de su ciudad, descubrir los secretos que esconde el mundo en el que habita y de paso, limpiar su nombre.



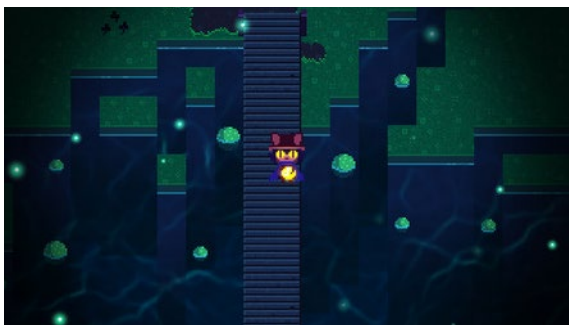
[temático] **“What Remains of Edith Finch”**: (2017)

Juego desarrollado por Giant Sparrow, que trata sobre cómo una familia fue lentamente consumida (y eventualmente destruida) gracias a la superstición. La supuesta “maldición familiar de los Finch” sirve como instrumento para graficar cómo los traumas y miedos pueden ser heredados, eventualmente manifestándose en las vidas de los afectados



[temático] **“Firewatch”**: (2016)

Juego independiente desarrollado por Campo Santo donde tomas el rol de un guardabosques que -luego de enterarse que su esposa padece de una enfermedad mental degenerativa- escapa a los bosques de Wyoming, siendo su único apoyo emocional una mujer al otro lado del bosque con la cual se comunica a través de un walkie talkie. Firewatch explora temas de soledad, dependencia emocional y responsabilidad afectiva, todo mientras el jugador cumple sus deberes de guardabosques y descubre la terrible verdad oculta sobre un desaparecimiento en esa zona.

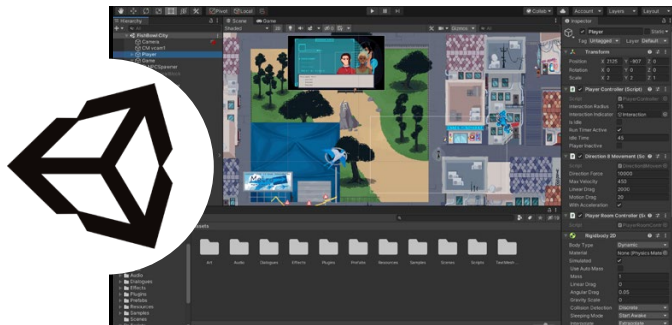


[temático] [visual] **“One Shot”**: (2016)

Juego desarrollado por Future Cat LLC, narra la historia de Niko, una niña-gato con la misión de traer de vuelta el sol perdido. El juego tiene la particularidad de que Niko sabe de la existencia del jugador, pidiéndole ayuda directamente y teniendo conversaciones con él o ella. El juego se llama One Shot -una oportunidad- porque Niko tiene miedo de que el jugador cierre el juego, por lo que el jugador debe terminar el juego completo en una sentada.

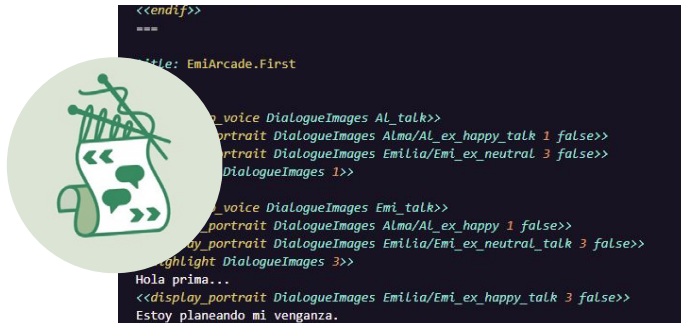
## Herramientas de elaboración.

A continuación se presentan los distintos tipos de software y herramientas digitales para la elaboración de este proyecto:



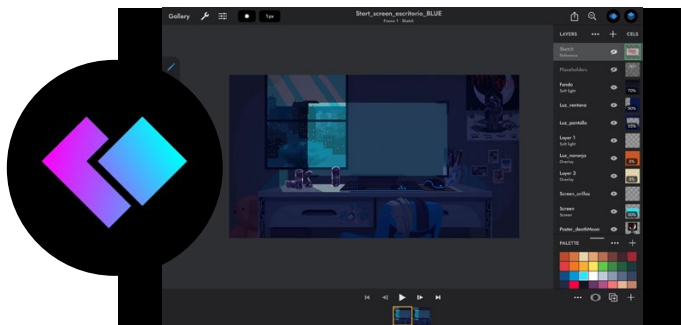
### “Unity”:

Un software que cumple el rol de motor de videojuegos. Unity entrega un ambiente con funcionalidades preestablecidas como: el control de gráficos en pantalla, un editor visual para colocar objetos dentro del videojuego, facilidades para programar diversos comportamientos para los elementos del juego, interfaz de usuario y la posibilidad de exportar a múltiples plataformas sin la necesidad de armar el proyecto de nuevo. Unity, como motor de videojuegos, se ha convertido en un estándar del desarrollo indie.



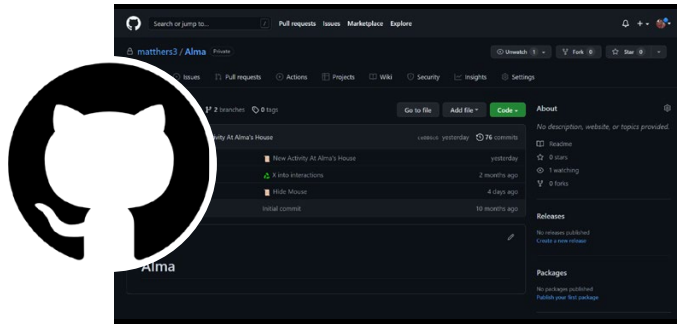
### “YarnSpinner”:

Una herramienta de gestión de diálogos compatible con Unity, que permite escribir las líneas de diálogo sin la necesidad de cambiar el código base del proyecto. Es posible ejecutar comandos que provocan cambios en el videojuego mientras el jugador lee el texto. Un ejemplo es la coordinación del texto y las imágenes de los personajes con los que el jugador interactúa, permitiendo seleccionar y cambiar la imagen desde el guión.



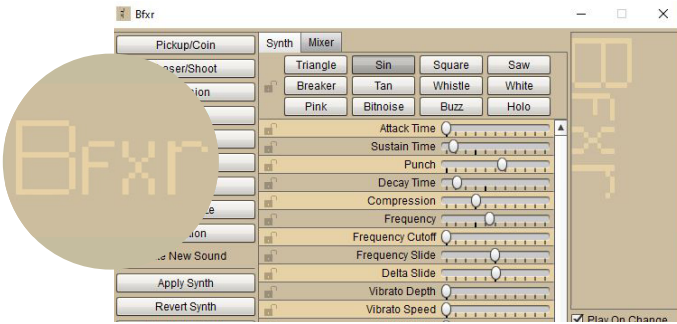
### “Pixaki”:

Un software de pago para el desarrollo de ilustraciones y animaciones en pixel art, al ser una aplicación moderna, es posible generar piezas hi-bit sin problemas. Permite exportar como imágenes, gifs y como “sprite sheets” para su uso en videojuegos.



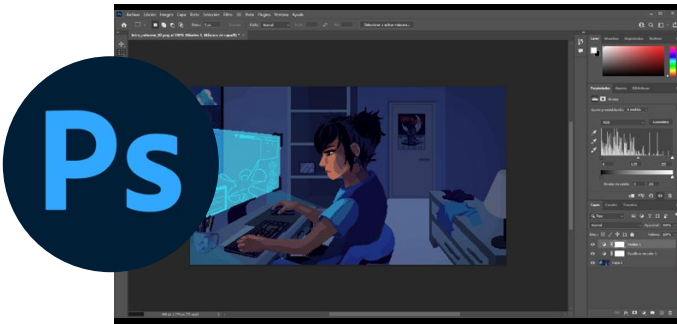
### “Github”:

Github -o Git- es una herramienta de control de versiones estándar de la industria computacional. Permite guardar todas las versiones del proyecto en la nube conforme avanza su desarrollo, facilitando el trabajo en equipo de forma paralela y reduciendo el riesgo de perder los avances de la implementación.



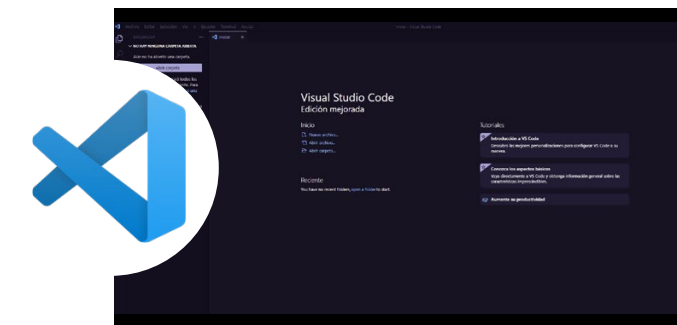
### “Bfxr”:

Un software gratuito para producción de sonidos. Con especial enfoque en el desarrollo de videojuegos independientes. Se pueden generar un sonido desde cero, o a partir de su gran librería de sonidos pre-creados que pueden editarse en un alto rango de parámetros.



### “Photoshop”:

Un software de pago para el desarrollo y edición de imágenes. Para este proyecto fue relevante por su capacidad de edición y manipulación del color y la iluminación en la ilustración.



### “Visual Studio Code”:

Editor de código altamente personalizable. Entrega facilidades al momento de crear y modificar código escrito en algún lenguaje de programación. Es esencial para el desarrollo del DEMO.



# Construcción.

## Temática y mecánicas esenciales.

El DEMO sigue la historia de la titular “Alma”, una niña brillante, pero inmadura que acaba de terminar su educación media. El jugador controlará a Alma, quien es liberada en Fishbowl City -su ciudad natal, una caleta futurista del año 3050- sin un objetivo en particular, siendo tarea del jugador explorar la ciudad y hablar con sus habitantes para conocer a Alma y ayudarla a encontrar su camino en la vida.

Al salir del colegio, la estudiante de excelencia académica, Alma Velazco se quedó estancada emocionalmente, sin motivación ni propósito. Cuando le dejaron de decir lo que tenía que hacer y se vio con libertad por primera vez en su vida, decidió encerrarse a jugar videojuegos. Así se quedó por meses, y el DEMO comienza cuando ella juega tanto, que hace explotar su computador.

La mecánica central del juego gira alrededor de las conversaciones que Alma puede tener con las personas que la rodean, descubriendo cosas de esas personas y, al mismo tiempo, conociéndose mejor a sí misma. Explorar la ciudad y descubrir sus misterios ayudan a Alma a desbloquear nuevas conversaciones con sus amigos y familia, y mediante opciones múltiples el jugador puede decidir sobre el tipo de persona que Alma se va transformando.

El juego se sitúa en la ciudad costera ficticia de Fishbowl City, en el siglo XXXI. Se tomó la oportunidad para jugar con la fantasía del futuro, siendo el chiste que la mayoría de las cosas del siglo XXI se mantienen igual. De esta forma se puede hacer crítica social de forma metamodernista. Entregando un año ridículamente lejano en el futuro, se puede hacer una separación irónica entre jugador y mensaje, para eventualmente criticar el presente.

“Es crucial reconocer que los videojuegos son fundamentalmente sobre el acto de jugar, entonces es necesario un marco juego-céntrico para ver la función de la narrativa en los juegos.” (p.113)

- Pearce (2002)

Fig 20: Screenshots de la versión 0.0.5 de ALMA. Emilia, aconsejando a su prima, Alma.



## Diseño de personajes.

Al tener un foco narrativo, los personajes toman un rol especialmente importante a la hora de generar el juego. Se transforman en el motor que mueve la trama, sus necesidades, problemas y personalidades deben ser lo suficientemente interesantes y complejas como para entregarle objetivos al jugador, y que, en turno, este quiera cumplir esos objetivos.

Poole(2002) identifica dos aristas para un diseño y desarrollo de personajes exitoso, la Atracción Dinámica -la cual él define como “controles simples que resultan en movimientos complejos y absorbentes”- versus la atracción icónica-pictorial de un personaje, en resumen “un buen personaje de videojuegos es uno que al jugador le gusta, uno cuya apariencia icónica y movimientos se combinan para traernos placer.” (p.81) lo cual entrega motivación para jugar el juego, puesto que permite una conexión entre jugador y personaje que impulsa al jugador a tener éxito y, en turno, que su personaje tenga éxito. “Los videojuegos tienen excelencia en diseño dinámico de personaje -en las volteretas, saltos y trotes que nos hacen creer que estamos controlando una criatura viva - pero solo han raspado la superficie en términos de crear personas realistas e interesantes de mirar.” (Poole, 2002, p.83)

Pero, en primer lugar, es necesario definir el personaje en el cual el jugador se va a proyectar, la persona con la cual debe empatizar. En el caso de este proyecto, ese personaje es la adulta emergente “Alma”.

## El personaje principal, la “Alma” del proyecto.

Para el diseño de personaje principal, se decidió tomar al adulto emergente en uno de los momentos más críticos, donde muchos empiezan la crisis de identidad, una persona entre 17 y 18 años que acaba de salir del colegio. Pero era extremadamente importante que la personalidad de este personaje no solo se enfocara en su nueva búsqueda de sentido, sino que, para generar una persona mas compleja, a esta persona se le dio una serie de intereses y una personalidad distintiva.

Primero, se armó una plantilla donde se puedan crear estas personalidades e intereses que fuera replicable y reutilizable cada vez que sea necesario crear un personaje. Y se rellenó con la información de “Alma”.

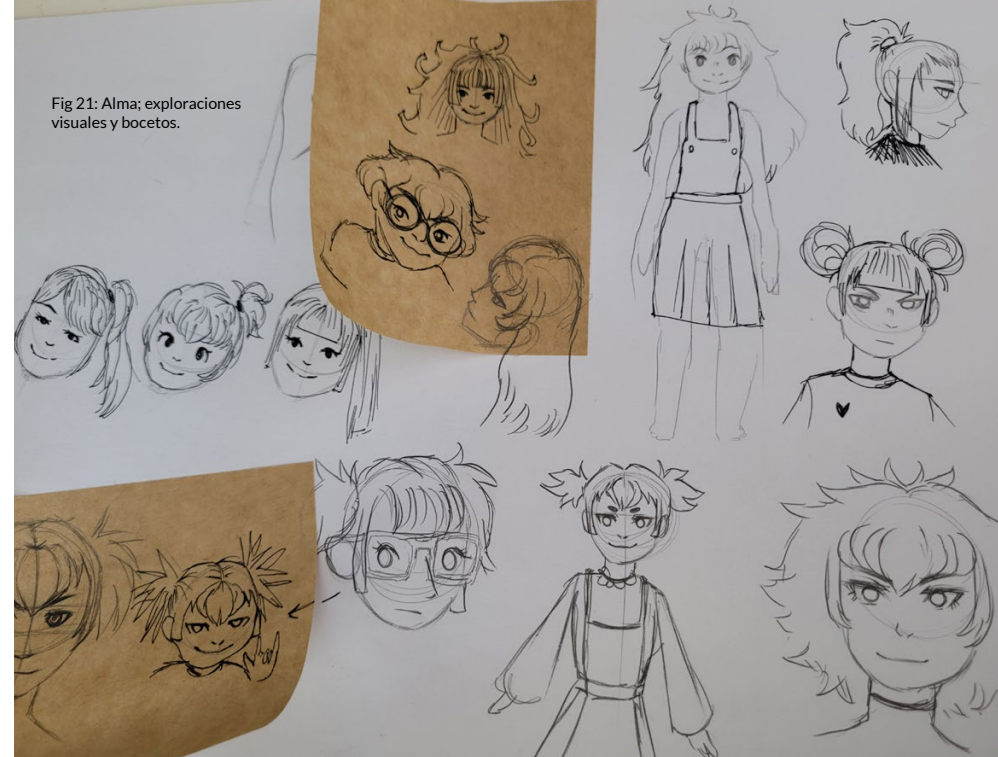


Fig 21: Alma; exploraciones visuales y bocetos.

Fig 22: Alma; boceto conceptual definitivo de cabeza y expresiones faciales.



Una vez completo el escrito de “Alma”, se inició una serie de exploraciones visuales (fig. 21) en busca de una imagen que encapsulara sus arquetipos y abriera espacio para la subversión de estos. Con especial énfasis en los arquetipos literarios de la “Girl-next door” y “Ditzy Genius”.

Visualmente, Alma debe representar una persona que es legalmente un adulto pero mentalmente una niña. Alma es inmadura, impulsiva, socialmente torpe y un poco egoísta pero de buenas intenciones, inteligente y creativa. Por lo que se exploraron distintas maneras de captar inocencia a través de sus rasgos faciales -agrandando sus ojos, y mejillas- y peinado -utilizando peinados normalmente asociados con niños como distintas colas de caballo-. En este momento nació la idea de utilizar el pelo como metáfora visual del estado emocional de un personaje, bajo esta lógica, se le dieron a Alma dos colas de caballo amarradas de la forma más desordenada posible.

Una vez definido el rostro de Alma (fig. 22), se hizo una ilustración de cuerpo completo donde se diseñó el vestuario y paleta de colores de Alma a partir de capas (fig. 23). Y de esta manera tener una imagen de referencia con la cual trabajar un sprite de cuerpo completo para uso dentro del DEMO, para esto se trabajó con escalas descendientes (fig. 24), de los cuales se escogió la escala “c” -de 10x30 pixeles- debido a su versatilidad para posar, fácil lectura y su facilidad para animar. Una vez definido eso, se ilustró a Alma en 8 perspectivas (fig. 25), para tener una visión en 360° del personaje en su ropa normal y en pijama.

### Animando a Alma.

Una vez solidificado el diseño de Alma, el paso siguiente fue entregarle movimiento. Estos movimientos se fueron animando dependiendo de las necesidades del demo. Por ejemplo, en primer lugar se hizo una caminata de cuatro movimientos (arriba-abajo-izquierda-derecha), pero el testeo preliminar demostró la necesidad de expandir el movimiento a ocho direcciones (añadiendo las diagonales)(fig. 26). Junto con el movimiento, para añadir caracterización se le dio un “idle” (fig.27) -una animación que empieza cuando el jugador no interactúa con el personaje por una cantidad de tiempo determinada- donde Alma se aburre de esperar al jugador y empieza a revisar su teléfono, una animación para saludar (fig. 28), para sentarse en sillas (fig. 29) y una animación de dormir en su cama (fig. 30).

Fig 23: Alma: primer boceto de cuerpo completo, capas de ropa y paleta de colores.



Fig 24: Alma: prototipos (en orden de izquierda a derecha) “a”, “b”, “c” y “d” de sprites, basados directamente en arte conceptual de cuerpo completo.



Fig 25: Alma: en 8 perspectivas para visión 360°, en su ropa normal y en pijama.



Fig 26: Alma; animación cuadro a cuadro de la caminata en 8 direcciones.

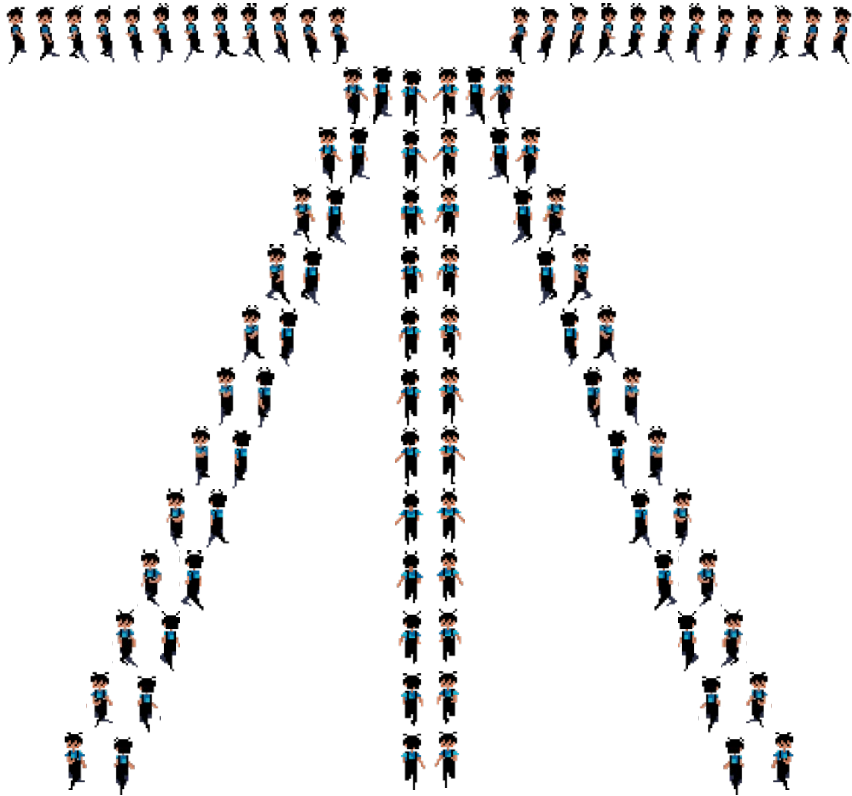


Fig 27: Alma; "idle". Animación cuadro a cuadro de Alma sentándose en el piso y revisando su celular.

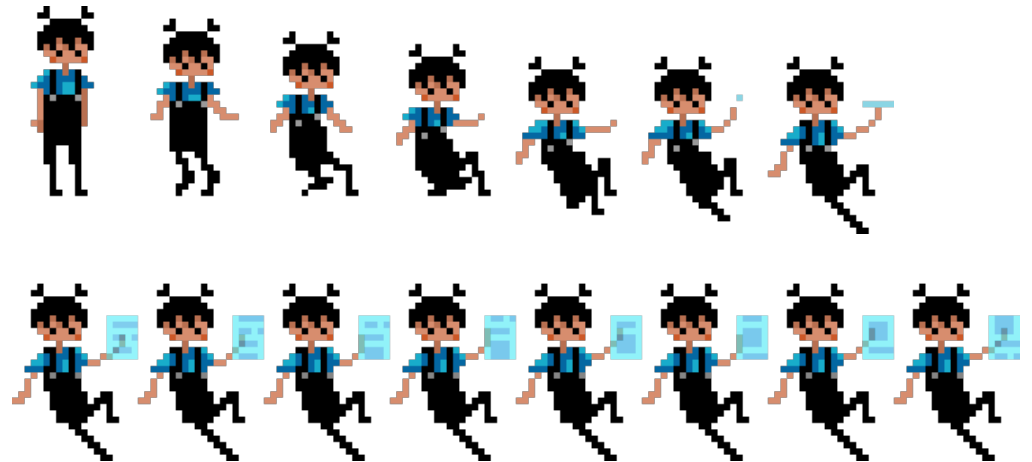


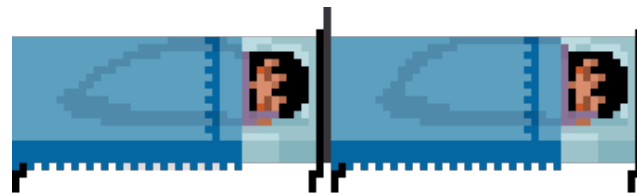
Fig 28: Alma; animacion cuadro a cuadro, saludando.



Fig 29: Alma; animacion cuadro a cuadro, sentándose en sillas.



Fig 30: Alma; animacion cuadro a cuadro, durmiendo.



## Una protagonista expresiva.

Una cosa importante a considerar es la manera en la cual los personajes se comunican. En otras palabras, como se presenta el diálogo en el juego. Dentro de las opciones se reconocieron dos particularmente presentes en los videojuegos, la primera es la "burbuja de diálogo" (fig.31) y la segunda es el "cuadro de diálogo" (fig.32). La burbuja de diálogo utiliza, como el nombre implica, burbujas de diálogo sobre los personajes (o texto suelto sobre los personajes, normalmente de algún color característico del personaje que habla), quienes pueden utilizar voces o no para leer en voz alta el diálogo. Mientras que el "cuadro de diálogo", como su nombre implica, muestra un rectángulo en la parte inferior de la pantalla donde se puede ver el diálogo, el nombre del personaje que está hablando y un retrato ilustrado del personaje, normalmente mostrando la expresión facial correspondiente al mensaje que busca entregar.

De ambas opciones, el cuadro de diálogo permite tener dos escalas de juego, y presentar personajes de tamaños mas reducidos sin sacrificar en expresividad. Mientras que la burbuja de diálogo es más efectiva con modelos de tamaños más grandes, donde no hay problema de lectura y se hace mucho énfasis en el ambiente donde se encuentran los personajes. Por lo mismo se decidió utilizar el cuadro de diálogo, en primer lugar se experimentó con los personajes dentro de un cuadro individual que los contuviera (como lo hace Stardew Valley) (fig. 31), pero en el testeo preliminar se decidió descartar esa idea y utilizar el cuadro como lo hace Hades, con los personajes sin borde.

Para esto, se tomó el boceto conceptual definitivo de Alma (fig. 22) y se adaptó al pixel art, generando módulos de cabeza, pelo y cuerpo (fig. 35). Estos módulos pueden mezclarse para generar una variedad de expresiones distintas (fig. 33). Era importante que Alma fuera el personaje mas expresivo del DEMO, pues es la única parte del juego con la que el jugador interactúa constantemente, de esta manera se puede entregar al jugador una experiencia poco monótona donde se plasme la personalidad de alma de la mejor manera posible.

Fig 31: La "burbuja de diálogo" como se ve en Night in the Woods<sup>1</sup> y Broken Age<sup>2</sup>.

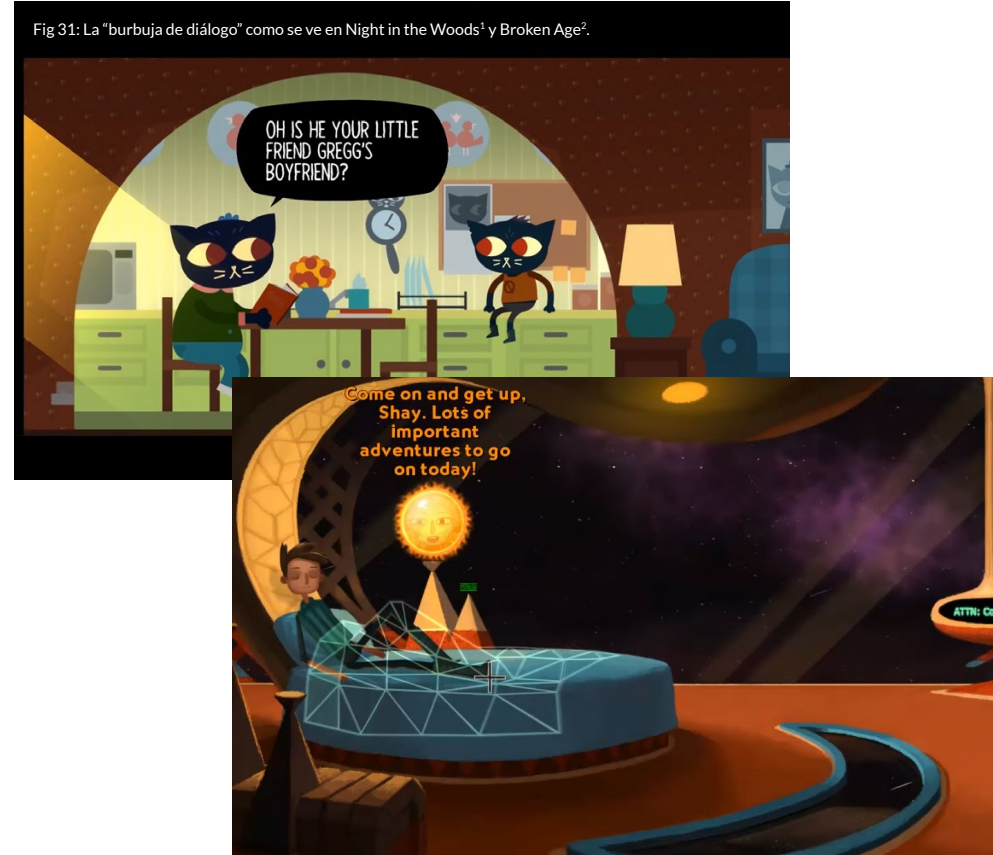


Fig 32: El "cuadro de diálogo" como se ve en Stardew Valley<sup>1</sup> y Hades<sup>2</sup>.

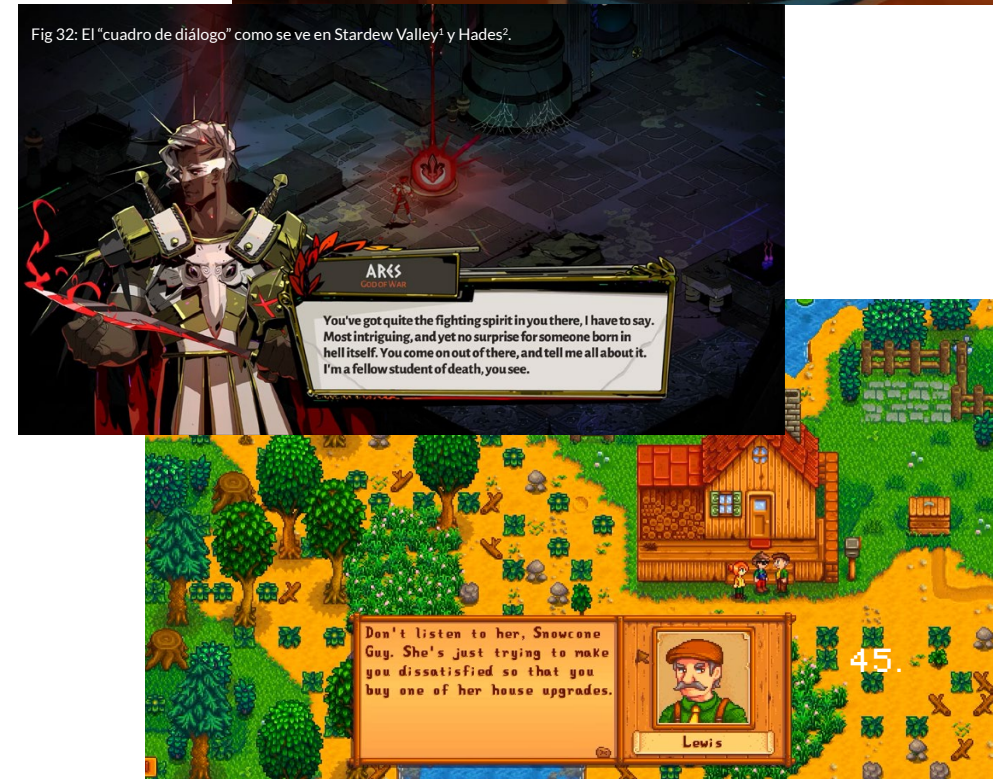


Fig 33: Expresiones de Alma, en ropa de calle y en pijama.



Fig 34: Alma, en su cuadro de diálogo individual, descartado después de los tests preliminares por un uso poco eficiente del espacio.



Fig 35: Módulos de expresión / construcción.



Para dar mejor consistencia al personaje de Alma eventualmente se eliminaron los módulos de perspectiva 3/4.

## NPC importantes.

Un “NPC” -“non playable character” o “personaje no jugable”- es un tipo de personaje que existe para entregar apoyo al protagonista o “PC”-“playable character” o “personaje jugable”; estos personajes tienden a estar fuera del control del jugador y son quienes le dan objetivos y entregan información al jugador de forma directa.

En el caso de este proyecto se definieron dos grupos principales de NPC, la familia y amigos de Alma. Para mantener el foco del DEMO acotado, se decidió desarrollar solo seis NPC, tres amigos y tres familiares de Alma.

Para diseñar estos personajes, se tomó la escala más pequeña de Alma -la cual es la escala que está más tiempo presente en pantalla en el DEMO- y su paleta de colores. Del mismo modo se le asignó a cada NPC un color distinto, y se ilustraron en la misma escala que el sprite de referencia de Alma.

“Si estas diseñando tus personajes en tamaño completo, muchas veces terminas quedándote pegado en los detalles. Decidí hacerlo en sprite primero porque las cosas [con las que interactúas] son pequeñas y tienes que poder dar énfasis en las cosas que quieres que se vean.” (Stafsnes, 2017)

De esta manera fue posible darle a cada personaje una imagen distintiva entre ellos y un color característico (fig. 36). Pero junto con entregarles diferencias, es posible también entregarles similitudes que ayuden a comunicar relación entre personajes. Esto fue especialmente útil al momento de diseñar a la familia de Alma.

### La familia Velazco

La familia y amigos de Alma se diseñaron de la misma manera que Alma, en primer lugar se generó un escrito donde se especifican los datos y características del personaje, y después se desarrollaron visualmente mediante bocetos digitales e iteraciones en pixel art.

Cuando se creó a la familia de Alma se tomó como referencia principal la idea de una familia compuesta de mujeres de personalidades fuertes en distintas etapas de sus vidas, de esta manera es más sencillo comparar a Alma con las expectativas y realidades de las personas que la rodean. Así fue como se definió que Alma tendría una hermana mayor, una madre, una tía y una prima mayor, personajes que sirvan como posibles ejemplos a seguir para una Alma que aun se encuentra en desarrollo.

Fig 36: Alma (izquierda), su familia (en orden de izquierda a derecha; Flora, Marina y Emilia) y sus amigos (en orden de izquierda a derecha; Isaac, Murphy y Lucky).



Gracias a la naturaleza corta y acotada de un DEMO, se priorizaron tres personajes, su madre, su prima y su hermana.

Marina Velazco, la hermana mayor de Alma.

Se diseñó a Marina como un opuesto directo de Alma, en la literatura a este personaje se le conoce como "foil", Auger (2010) define este término como "un personaje cuyas características ponen énfasis en las características de otro personaje (normalmente el protagonista) utilizando un alto contraste.", básicamente, se construyó a Marina como una persona que pone un foco de atención a las cualidades positivas y negativas de Alma.

Si Alma es una persona de 18 años que está entrando en la adultez emergente, Marina es una mujer de 25 que está saliendo de este periodo. Alma es un adulto en moratoria, Marina es un adulto en realización. Alma es relajada, alegre, torpe y distraída, en cambio, Marina es irritable, seria, precisa y responsable.

Esta dinámica no solo se muestra en sus personalidades, sino que se buscó exacerbar esta relación de opuestas en su diseño visual. Se utilizó el color naranja para representar a Marina por ser el color opuesto al azul en la rueda de colores, y, siguiendo con la idea del pelo como una metáfora visual para la personalidad, donde Alma tiene un par de colas desordenadas, a Marina se le dio una cola de caballo alta y apretada, a modo de ilustrar a una persona reprimida por sus propias responsabilidades y obligaciones.

Teniendo claro el rol de Marina y sus diferencias con Alma, se prosiguió dándoles similitudes a ambas. Similitudes visuales como color de ojos y pelo, y similitudes en gustos e intereses, fue desarrollando a Marina como se terminó de desarrollar a Alma, generando las cosas que tienen en común, se le pudo dar una nueva dimensión a Alma. Ambas comparten un sentido del humor un poco cruel y pasión por las películas de terror, también, ambas son rápidas al momento de ayudar a otros y tienden a sentirse responsables por el resto de las personas, pero como pilar central, a ambas se les dio un aprecio especial por el lugar donde viven y su comunidad.



Fig 38: Marina; expresiones faciales, en ropa de calle y en pijama.





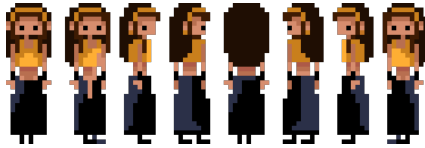
## Emilia Velazco, la prima de Alma.

Una vez diseñada Marina, se decidió que a todas las Velazco se les iba a dar un color cálido, para unificarlas a todas como una unidad y al mismo tiempo separar a Alma del resto de su familia.

Emilia fue el segundo personaje a diseñar, y nació de la pregunta, ¿Qué pasaría si se llevan las características de Alma a su máximo extremo?

Ella es brillante, pero se aísla fácilmente del resto, con una buena actitud, pero puede ser hiriente al reírse o burlarse en momentos poco oportunos, altamente resiliente, pero densa y llevada a sus ideas, Emilia es lo mejor y lo peor de Alma y se presenta como la persona en la que ella podría llegar a convertirse si se inunda en sus estudios. Como Emilia está a punto de titularse como ingeniera en computación, ella está tremendamente ocupada y solo puede interactuar con Alma en momentos selectos.

Fig 39: Emilia; sprite dentro del juego.



## Flora Velazco, la mamá de Alma.

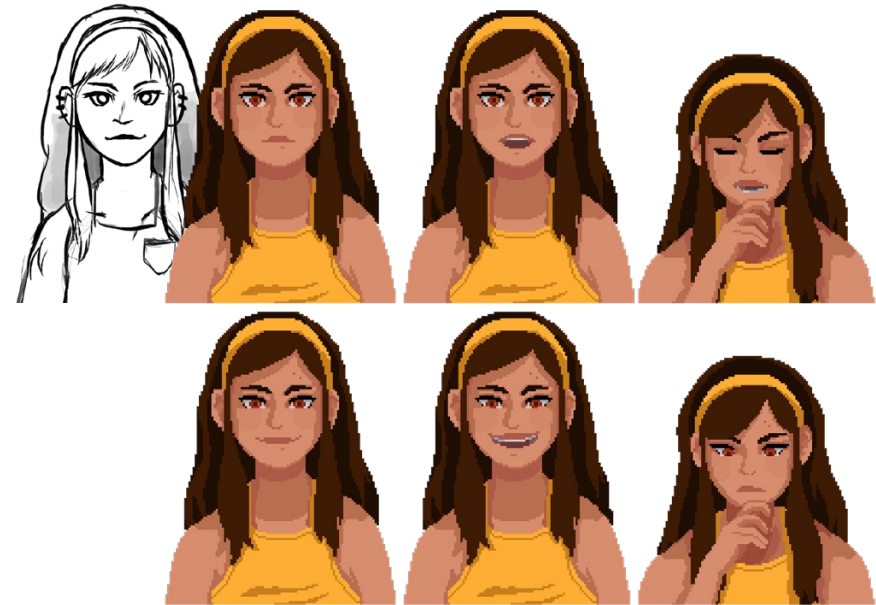
La última persona de la familia fue Flora, la mamá de Alma y Marina. Nacida en Santiago, Flora emigró a Fishbowl City a sus 20 años cuando nació su primera hija, Marina. Cocinera de vocación, ella siempre ha trabajado en un intento de mantener a su familia a flote.

Dulce y cariñosa, pero estricta y con altas expectativas de sus hijas, Flora prefiere evadir el conflicto ahora que sus hijas están adultas, por lo que no pone la misma presión sobre Alma como lo hizo con Marina. Como Alma tenía mejores notas que Marina en el colegio, Flora tiene una certeza interior de que su hija va a estar bien, una certeza que no siempre tuvo con Marina.

Fig 41: Flora; Idle para uso dentro de la casa.



Fig 40: Emilia; Bocetos conceptuales y expresiones faciales.



## Isaac Park, el mejor amigo de Alma.

Isaac fue el primer amigo de Alma a diseñar, se buscó generar contraste con Alma en altura y textura física, pero sobretodo en intereses. Al ser el mejor amigo de Alma era importante entregarles una personalidad similar. Su conflicto es contrario al de Alma, ella no sabe lo que quiere hacer, Isaac solo sabe lo que no quiere hacer.

De familia de pescadores, Isaac siempre fue un apoyo importante para su familia por lo que hay muchas expectativas de que él continúe con la tradición familiar. Las ansiedades de Isaac se traducen en permitirse a sí mismo salirse de los planes que su familia tiene para él y darse espacios para descubrirse a sí mismo.

Fig 42: Isaac; Sprite dentro del juego y caminata en cuatro direcciones.

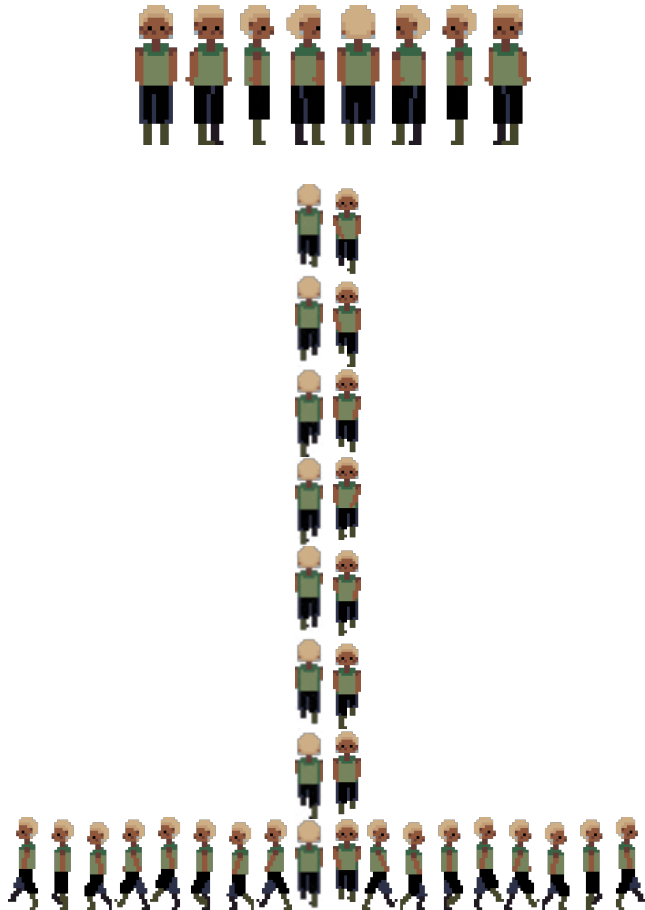


Fig 43: Isaac; Bocetos conceptuales y expresiones faciales.



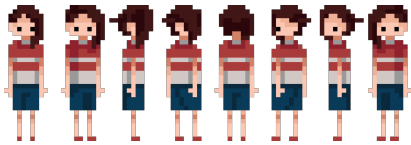
## Leo Murphy Graham, compañero de curso de Alma.

Compañero de curso de Alma, siempre fue el numero dos en notas por lo que se llevaba bien con ella, a pesar de que nunca fueron muy amigos. Ahora tienen la oportunidad de conocerse fuera del ambiente escolar por primera vez, sus intereses, personalidades y problemas.

Amante del cine retro de ciencia ficción, Murphy tiene aspiraciones de entrar en ese mundo como escritor, y hace mucha distinción entre el “espacio ficticio” versus el “espacio real”, básicamente está más interesado en la fantasía humana del espacio que la realidad del viaje interestelar del siglo XXXI.

De padres y abuelo médicos, el conflicto de Murphy está en aceptar sus pasiones y aceptar sus intereses como algo más allá de un hobby. Junto con su inseguridad sobre sus capacidades académicas para efectivamente seguir el camino que sus padres quieren para él.

Fig 44: Murphy; Sprite dentro del juego.



## Esther “Lucky” Bresky, vecina de Alma.

También conocida por su apodo de la época escolar, “Lucky” es hija de los dueños del “minimarket de Jenni” -llamado así por el gato de la familia, Jennifer y su hija, Jennifer II- el local donde Alma compra sus necesidades del día a día. Gracias a su rol de vendedora, este es el único personaje con el cual se interactúa solamente en tamaño completo, debido a la interfaz de la tienda (fig.46).

“Lucky” recibe su nombre gracias a que era especialmente accidentada cuando pequeña, ganándose fama entre sus pares como una persona sin suerte. Por lo mismo, cuando Esther decidió entrar a estudiar culinaria, su familia se opuso fuertemente. Pero ella tomó una postura fuerte y lo hizo de todas maneras.

De los amigos de Alma, ella es la persona más cercana a la realización, tomando una actitud y postura muy distinta al resto del grupo, siendo la voz de la razón o la persona de opiniones distintas al resto.

Fig 45: Murphy; Boceto conceptual, expresiones faciales y caminata en dos direcciones.



Fig 46: Minimarket de Jenni: Lucky y Jenni II atendiendo, prueba de interfaz de usuario.



## Diseño de ambientes.

El espacio de juego se divide en dos partes, un área “hub” -también conocido como un centro de actividad- y un mundo abierto fuera de este “hub”.

### La casa de Alma, el Área Hub.

Este espacio se pensó como un lugar donde Alma pueda regresar en cualquier momento del día, pero que deba regresar todas las noches y empezar el día siguiente ahí.

En primer lugar, para entender el espacio se hizo una ilustración de concepto del área común de la casa (fig. 47), donde se unen 3 piezas y un baño. En segundo lugar se tomaron fotografías desde el departamento de la autora para uso de referencia (fig. 48). Para finalmente combinar ambas referencias en una ilustración de perspectiva “top-down” en pixel art. De esta manera se creó el departamento de la familia Velazco.

Teniendo clara la estructura del lugar, se hicieron pruebas de versatilidad de la ilustración para su uso en un posible sistema de días, y para una mejor selección del momento del día donde ocurre el DEMO (fig. 49, 50, 51).

Se decidió que el departamento fuera de un tamaño más pequeño por dos motivos principales. Primero, por motivos narrativos, o sea, se generó un espacio que hiciera sentido con la historia que se querría contar, de una protagonista de clase media, sus amigos y familia. Y segundo, por motivos lúdicos. Es importante que el jugador se pueda familiarizar con el departamento de forma fácil y rápida, pero que sea lo suficientemente grande como para sentirse en un espacio habitado por los personajes.

Otra decisión importante fue poner la pieza de Alma directamente frente a la puerta de salida, de esa manera, un jugador puede entrar y salir de forma expedita y satisfactoria del departamento en caso de ser necesario.

Fig 47: Esquema visual del departamento de Alma, Marina y Flora Velazco.

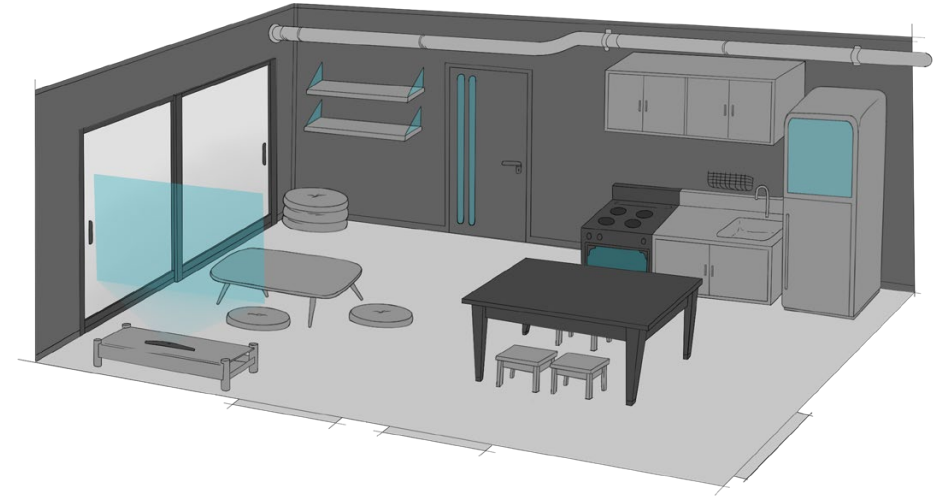


Fig 48: Fotografía. Vista desde un piso 26, en Ñuñoa.

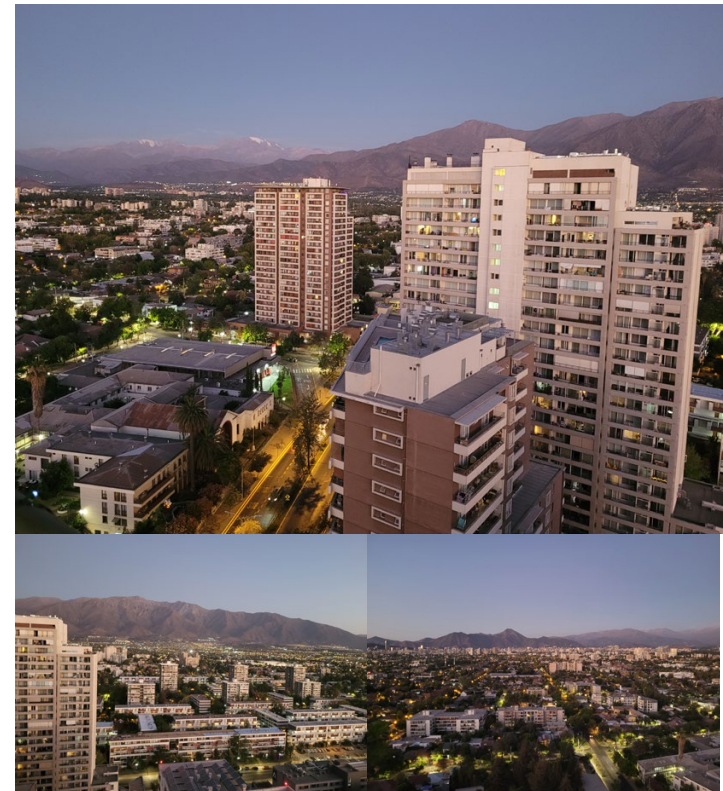


Fig 49: Casa de Alma; espacios comunes, prueba de mediodía.

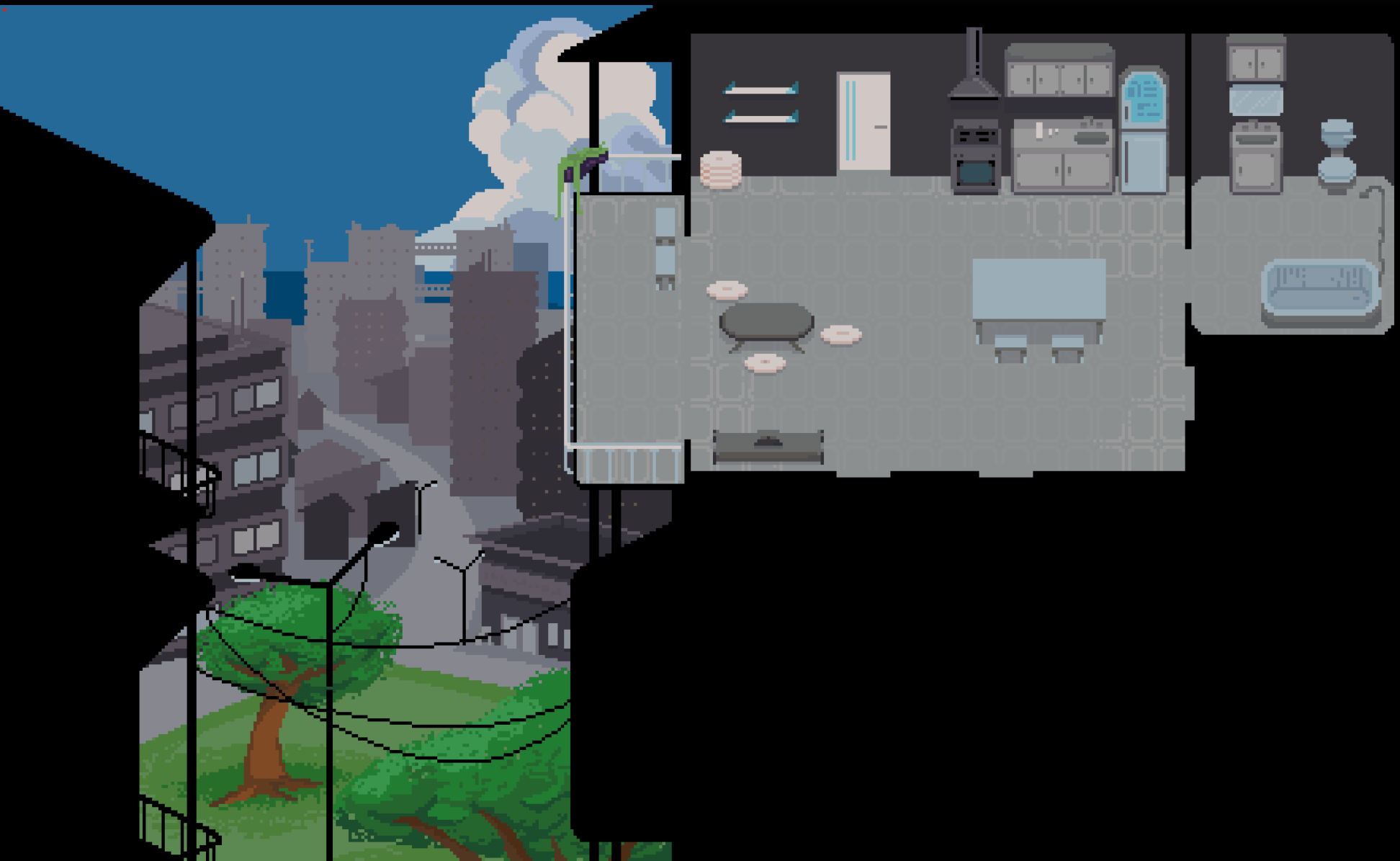


Fig 50: Casa de Alma: espacios comunes, prueba de tarde.

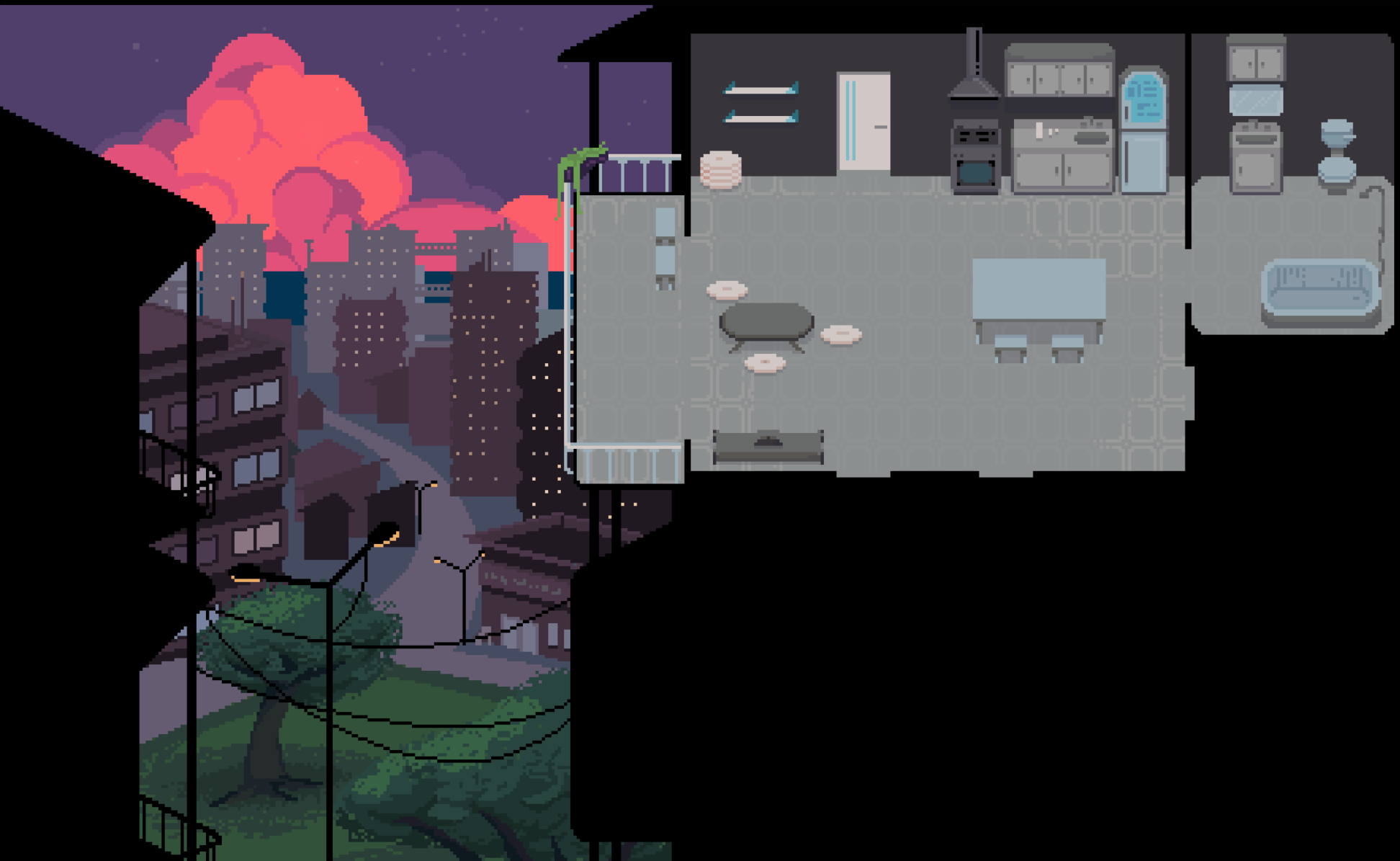
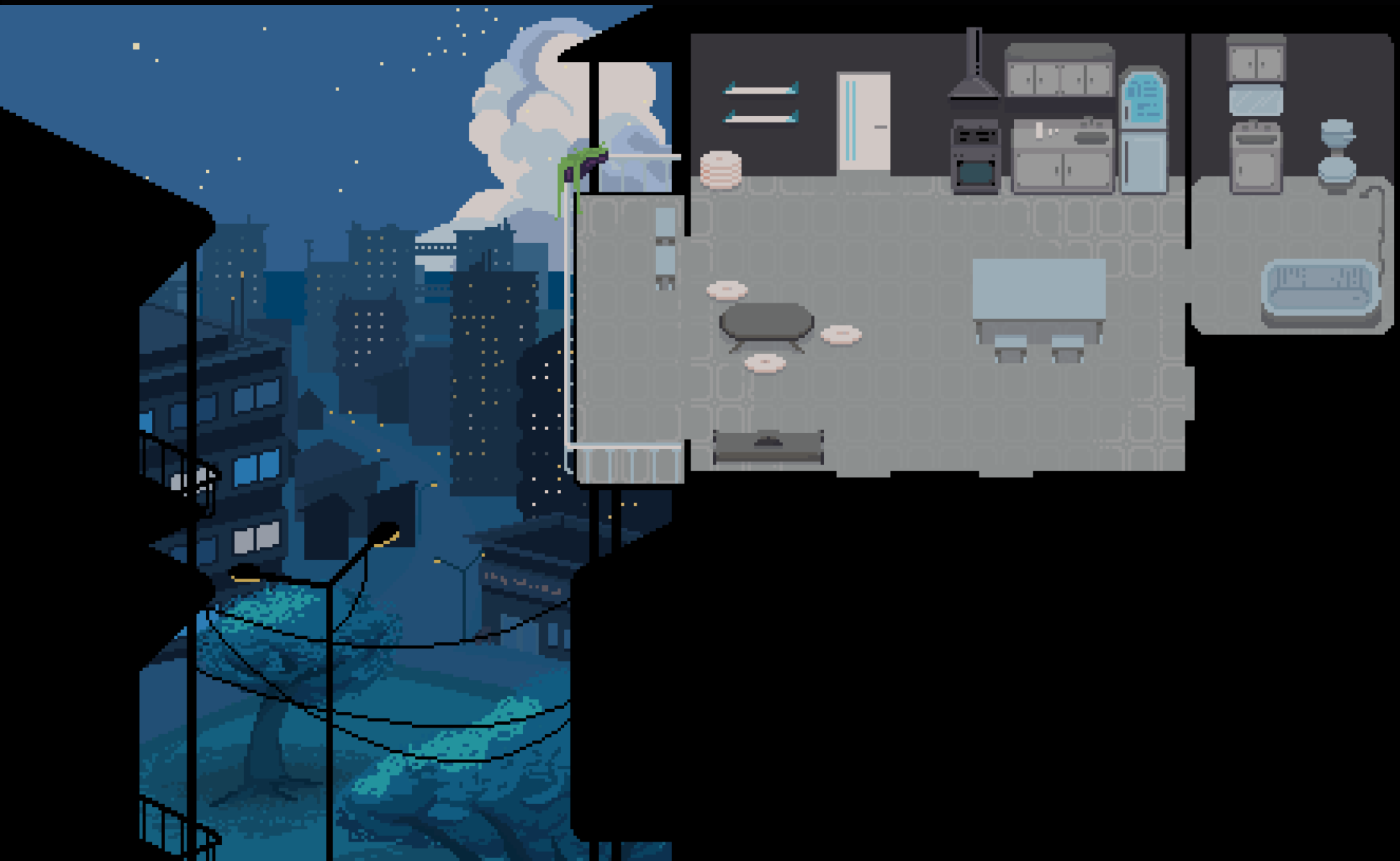


Fig 51: Casa de Alma: espacios comunes, prueba de noche.





## Fishbowl City, un espacio de exploración.

Cuando el jugador sale de la casa de Alma, se encuentra inmediatamente en el distrito residencial de Fishbowl City, una ciudad portuaria antigua (en estándares del siglo XXXI) basada en la caleta de Horcón y sectores de Ñuñoa.

En primer lugar, se planeó la ciudad de forma geométrica (fig. 52) y se dividió en cuatro grandes sectores, que después se texturizaron y colorearon a mano (fig. 53).

Aquí se ideó poner puntos de interés, los cuales se denominaron como “edificios clave”. Se buscó que estos fueran los lugares más llamativos y memorables de Fishbowl City.

Estos se desarrollaron de forma similar a los personajes. Primero, se les otorgó un lugar en el mapa geométrico, para luego pasar a un boceto digital que se terminó en hi-bit pixel art. (fig 54, 55 y 56.).

### Ñuñoa, Horcón y Venecia.

Para la construcción de Fishbowl City y sus edificios clave, se tomaron como referencia tres lugares que, a simple vista, no tienen mucho en común. La comuna de Ñuñoa en Santiago, la caleta de Horcón en Puchuncaví y el hospital de la ciudad Venecia que propuso Le Corbusier en 1965, en Italia.

Del primer lugar -Ñuñoa- se tomó la estación Villa Frei, una estación de metro situada en una plaza, y el conjunto de edificios frente a esta plaza, la Villa Presidente Frei, la cual se usó como referencia para ilustrar la casa de Alma por fuera (fig. 54).

De Horcón se rescataron la presencia de graffiti, y su planificación urbana, donde, cuando se llega a la playa, el camino se divide en dos, por un lado se encuentra la caleta de pescadores y por el otro, la feria artesanal (fig. 52). Esta feria fue un referente directo para uno de los edificios clave, el “compass community center” de Fishbowl City (fig. 55).

Mientras que, del hospital de Venecia de Le Corbusier, se rescató su geometría y estructura para inspirar el mapa geométrico de Fishbowl City (fig. 52).

Fig 52: Plano de Fishbowl City<sup>1</sup>, en geometría simple, junto a sus dos inspiraciones; el hospital de Venecia<sup>2</sup> y la caleta de Horcón<sup>3</sup>.

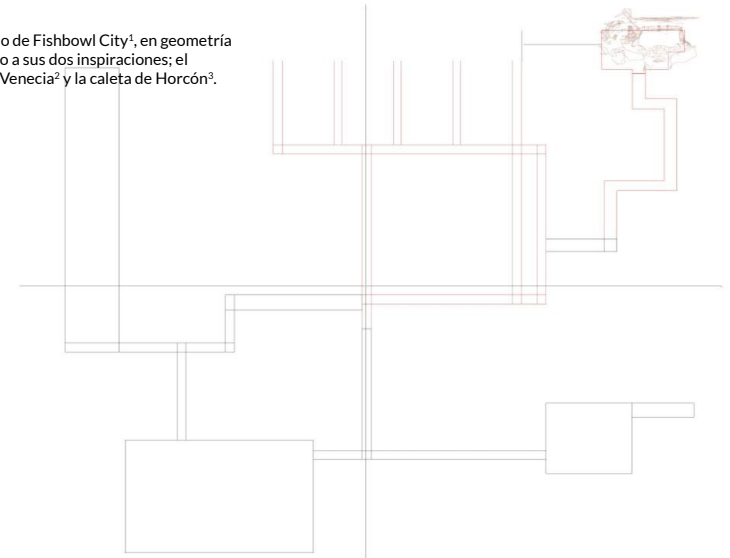


Fig 53: Plano de Fishbowl City, texturizado y dividido en los cuadrantes correspondientes.

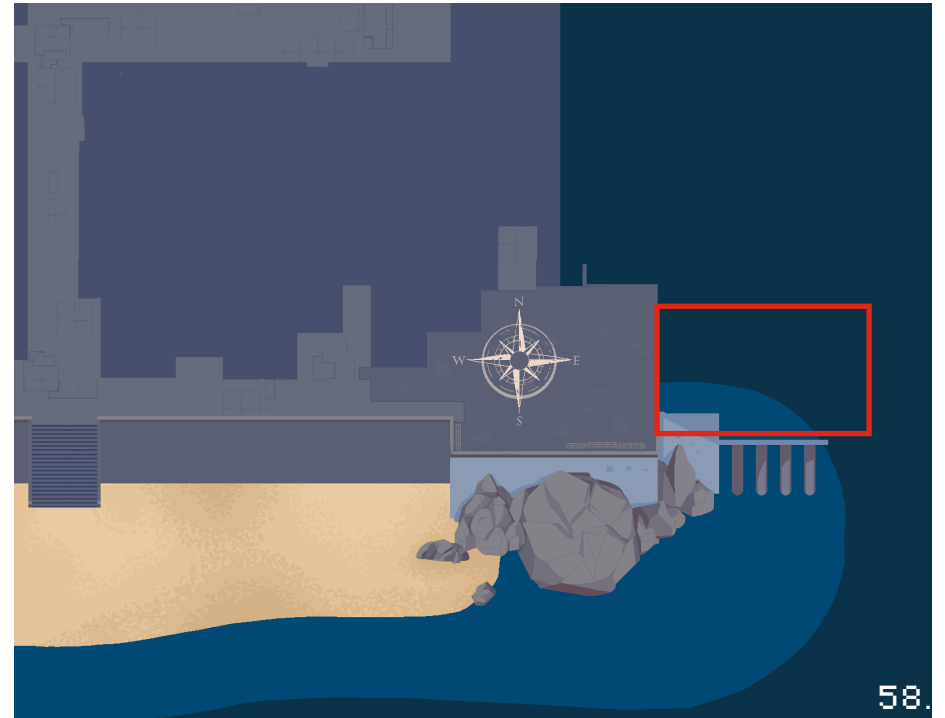
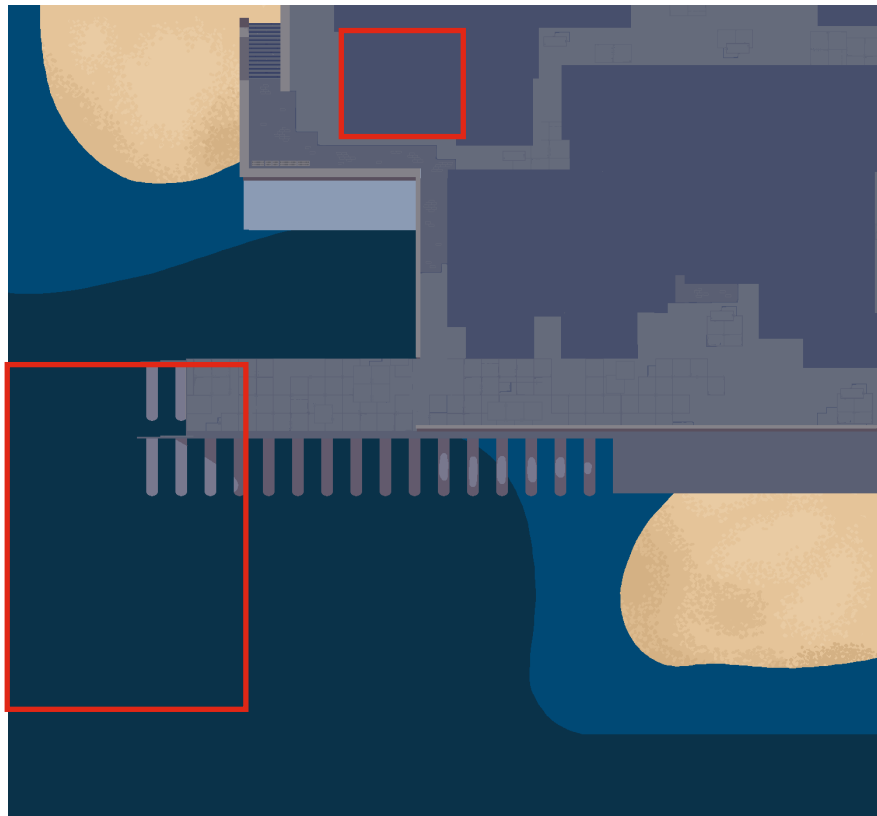


Fig 54: La casa de Alma; (de izquierda a derecha) su boceto original<sup>1</sup>, su resultado en hi-bit<sup>2</sup> y su referencia (Villa Frei)<sup>3</sup>.

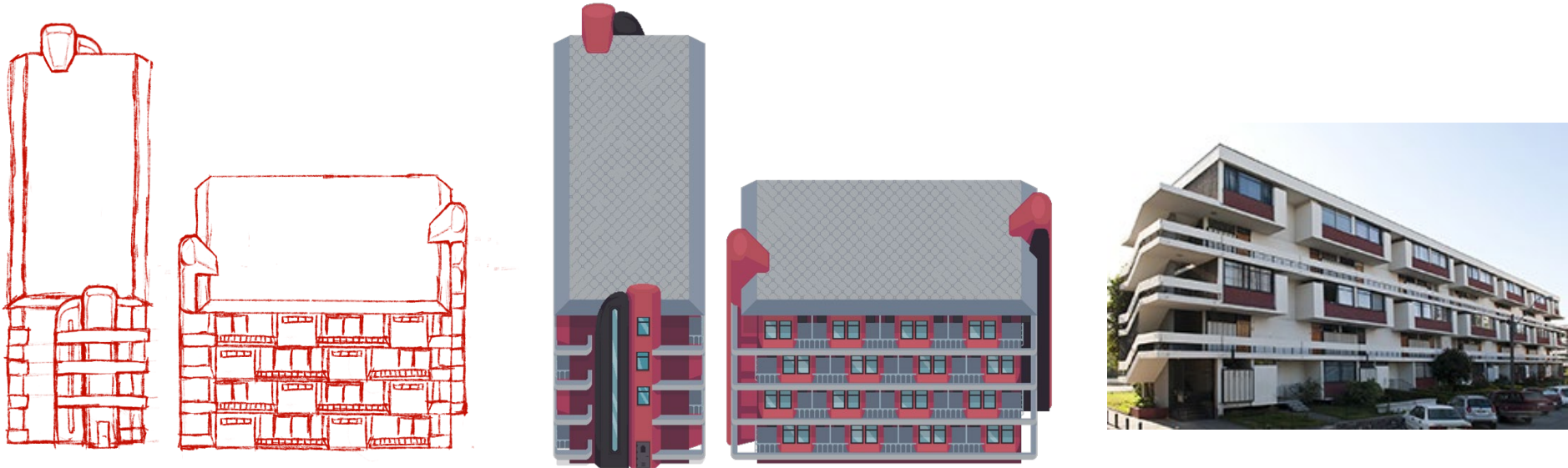
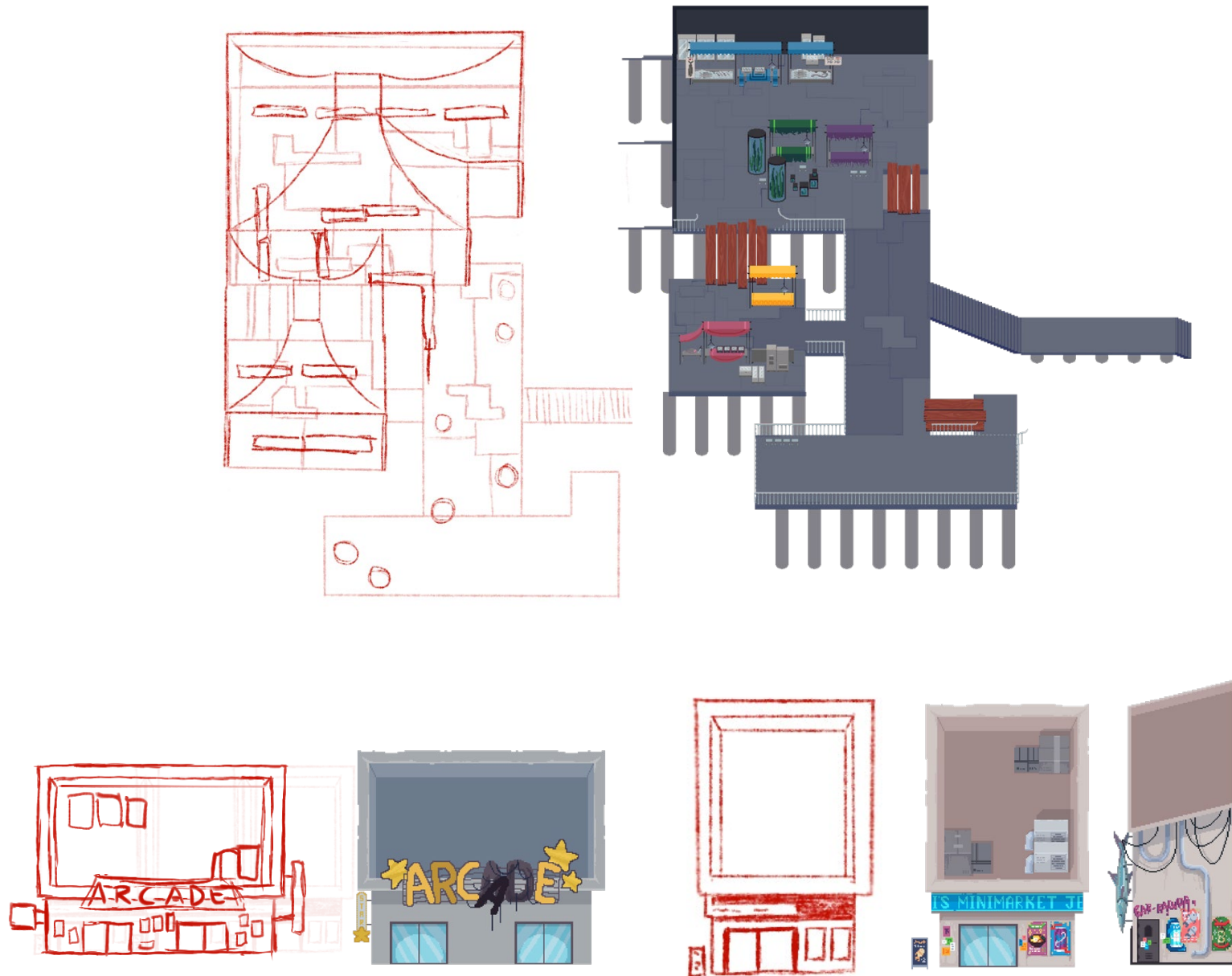


Fig 55: Centro "la brújula"; (de izquierda a derecha) su boceto original<sup>1</sup>, su resultado en hi-bit<sup>2</sup> y su referencia (Feria artesanal de la caleta de Horcón)<sup>3</sup>.



Fig 56: Los edificios clave y sus bocetos originales.



## Edificios y piezas de relleno.

Una vez terminados los edificios clave, el siguiente desafío fue conectar los espacios entre ellos. Para esto, se diseñó una serie de módulos (fig. 57) para generar casas y edificios de “relleno” (fig. 58) que, como implica su nombre, cumplen la función de rellenar los espacios entre los edificios clave.

Pero cuando se empezó a implementar esta solución, se generó un nuevo problema. La monotonía visual y la falta de carácter de Fishbowl City.

Para solucionar este problema, se revisitaron las inspiraciones de Fishbowl City. Fue la presencia importante de graffiti y muralismo en Horcón lo que llevó a tomar la decisión de agrupar los edificios de relleno en segmentos editables, con el propósito de caracterizar cada segmento de forma individual y romper la monotonía presente al utilizar los mismos 18 edificios.

El equipo denominó estos segmentos como “chunks” (fig. 59) y se le asignó uno a cada calle de Fishbowl City.

Una vez solucionado el problema de los edificios, se atacaron espacios vacíos en otros sectores de la ciudad, específicamente, los sectores verdes como la “plaza central” y el “mirador de la brujas”. Estos espacios se transformaron en un punto medio entre un edificio clave y uno de relleno, buscando que se mantengan memorables y fueran pequeños centros de interacciones para el jugador.

Fig 57: Módulos de construcción de los edificios de relleno.

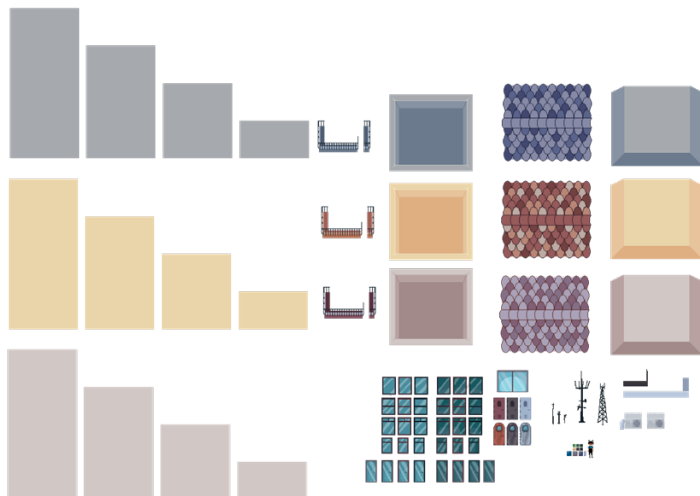


Fig 58: Los edificios de relleno, ordenados por color y tamaño.



Fig 59: "Chunks", caracterizados a mano para su posterior posición en las calles de Fishbowl City.

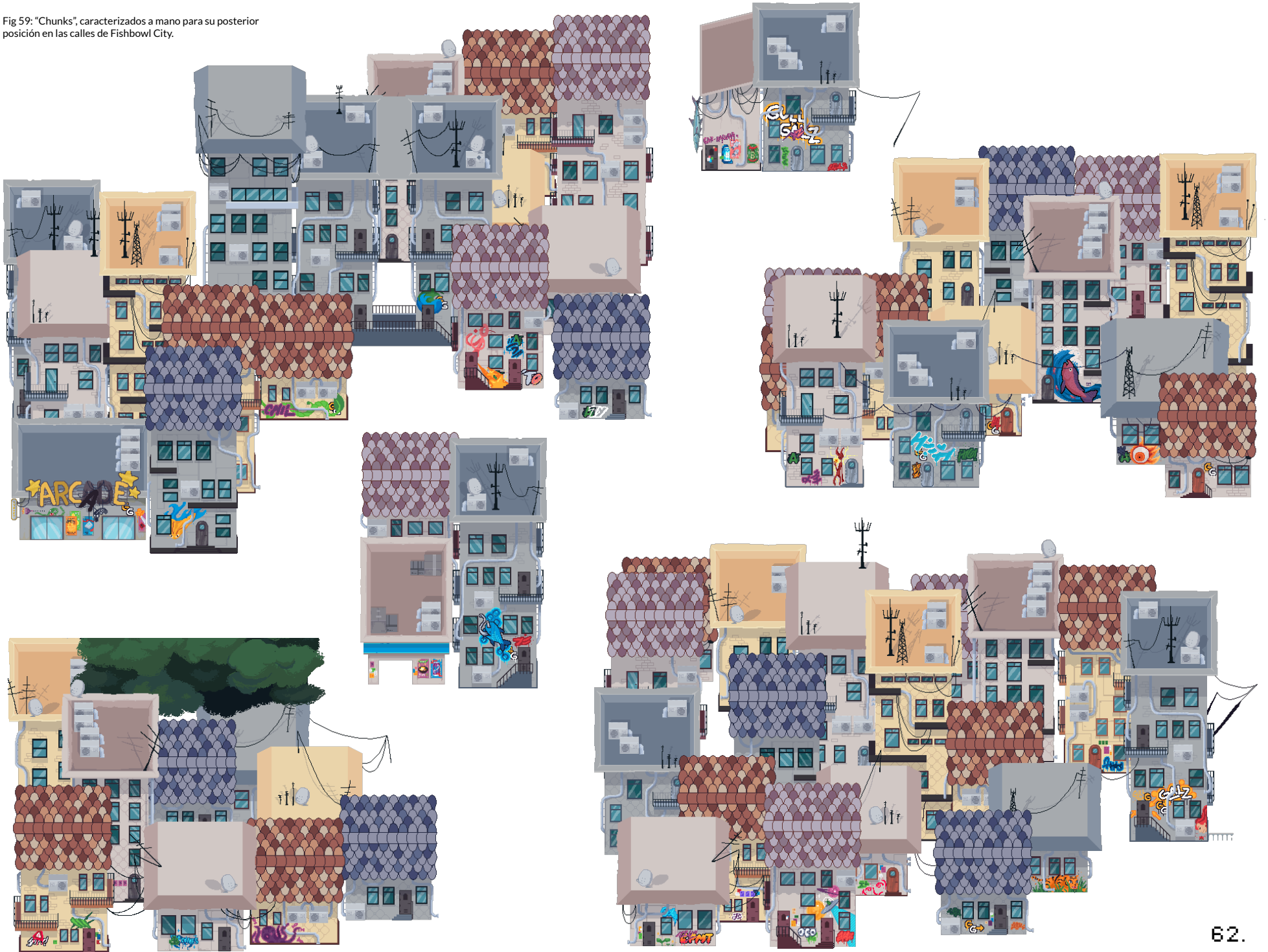


Fig 60: Objetos de relleno para uso en texturas. Uso para playas, plazas y la caleta de pescadores.

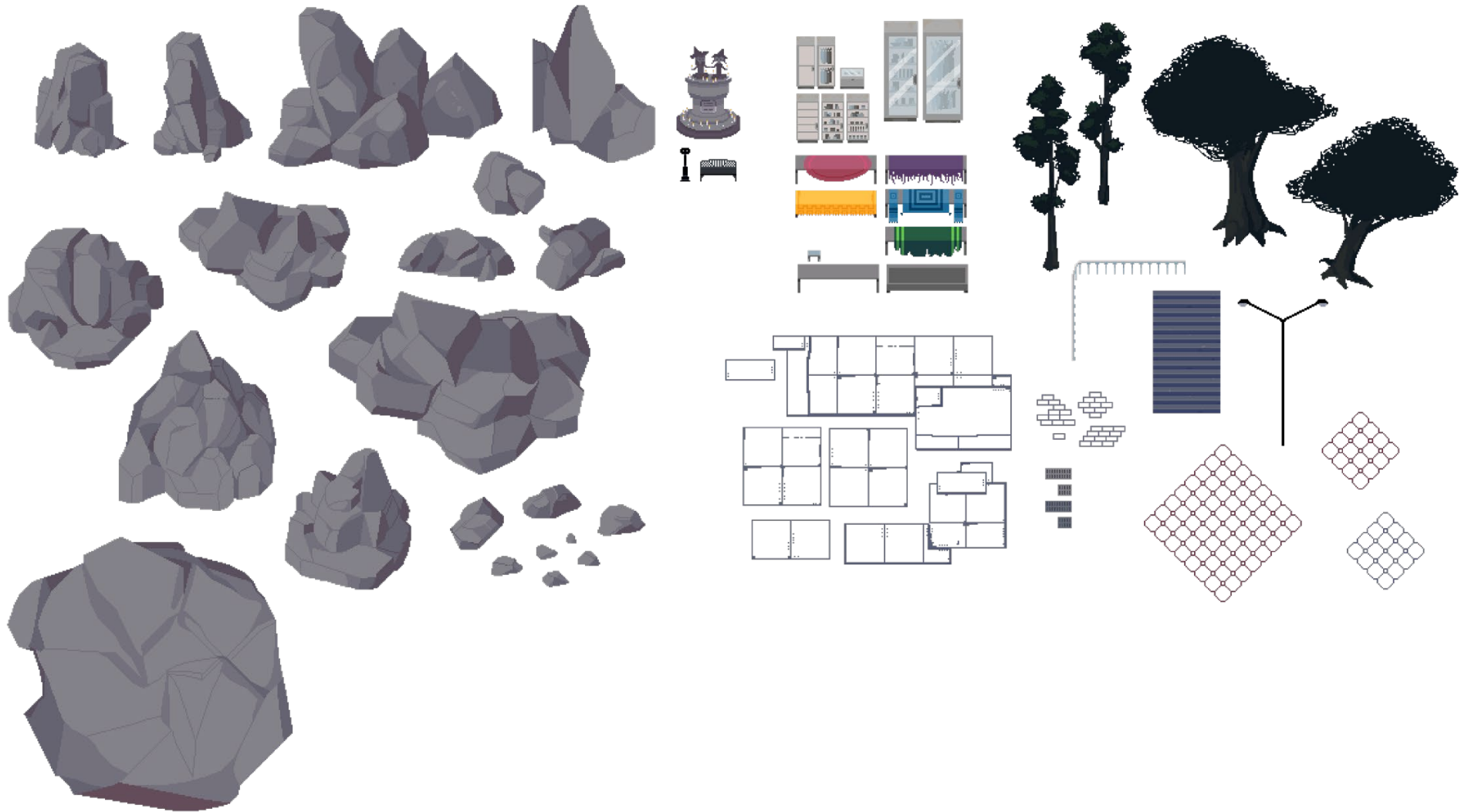


Fig 61: Vista completa del distrito residencial de Fishbowl City, 70 veces el tamaño de la pantalla del jugador.





## Interfaz de usuario (UI).

Para este proyecto, se consideraron 3 piezas importantes de interfaz de usuario. La pantalla de inicio -también conocido como "Splash Screen", el menú de pausa, y el video de contextualización para el jugador -también conocido como opening cinematic, o cinemática inicial-.

### Splash screen.

La pantalla de inicio es especialmente importante, pues es la primera mirada que tiene un jugador al momento de iniciar un juego. Tiene como rol llamar la atención del jugador y contextualizar la experiencia de juego que va a recibir.

A través de una investigación de equipo, se identificaron tres tipos de Splash Screen, las de personaje<sup>1</sup>, las minimalistas<sup>2</sup> y las atmosféricas<sup>3</sup> (fig. 52). Y que por el tipo de narrativa del DEMO, lo más coherente fue seguir el camino de screen de personaje o atmosférica.

Primero, se hicieron bocetos de posibles conceptos (fig. 64), que se fueron desarrollando de forma paralela, estos conceptos se llamaron "Wall" -por la idea de poner a Alma frente a una muralla con graffiti-, "Desktop" -por la idea de mostrar el escritorio de Alma, donde pasaba la mayor parte del tiempo antes de empezar el DEMO- y "Reflejo" -por la idea de hacer a Alma sobre una Fishbowl City sumergida, viendo su propio reflejo en el agua-, partiendo desde la más directa con "Wall", versus una mucho más conceptual con "Reflejo", siendo "Desktop" un punto intermedio entre las dos.

La primera en ser descartada fue "Wall", pero se alcanzó a probar el nombre de Alma escrito en graffiti, propuesta que terminó siendo utilizada para el branding del proyecto.

"Reflejo" llegó a la fase de pixel art (fig. 64), pero fue finalmente descartada por el potencial de "Desktop", ya que, se recolectaron fotos de los escritorios reales de amigos y familiares del equipo (fig. 63) para caracterizar de forma realista y atractiva el espacio donde Alma se instaló por meses.

Una vez terminada la ilustración de "Desktop", se llevó a Unity y se le agregaron efectos de iluminación dinámicos (fig. 64), junto con una animación de transición entre la splash screen y el inicio del juego que consiste en una rápida pero notoria alteración de los colores y forma de la imagen, para dar un efecto de "glitch" o error de computadora.

Fig 62: Ejemplos de splash screen, en orden de arriba a abajo. De personaje<sup>1</sup>; Florence<sup>1a</sup> y Hades<sup>1b</sup>. Minimalistas<sup>2</sup>; Dark Souls III<sup>2a</sup> y Final Fantasy XIII<sup>2b</sup>. Atmosféricas<sup>3</sup>; Celeste<sup>3a</sup> y Ori and the Will of the Wisps<sup>3b</sup>.

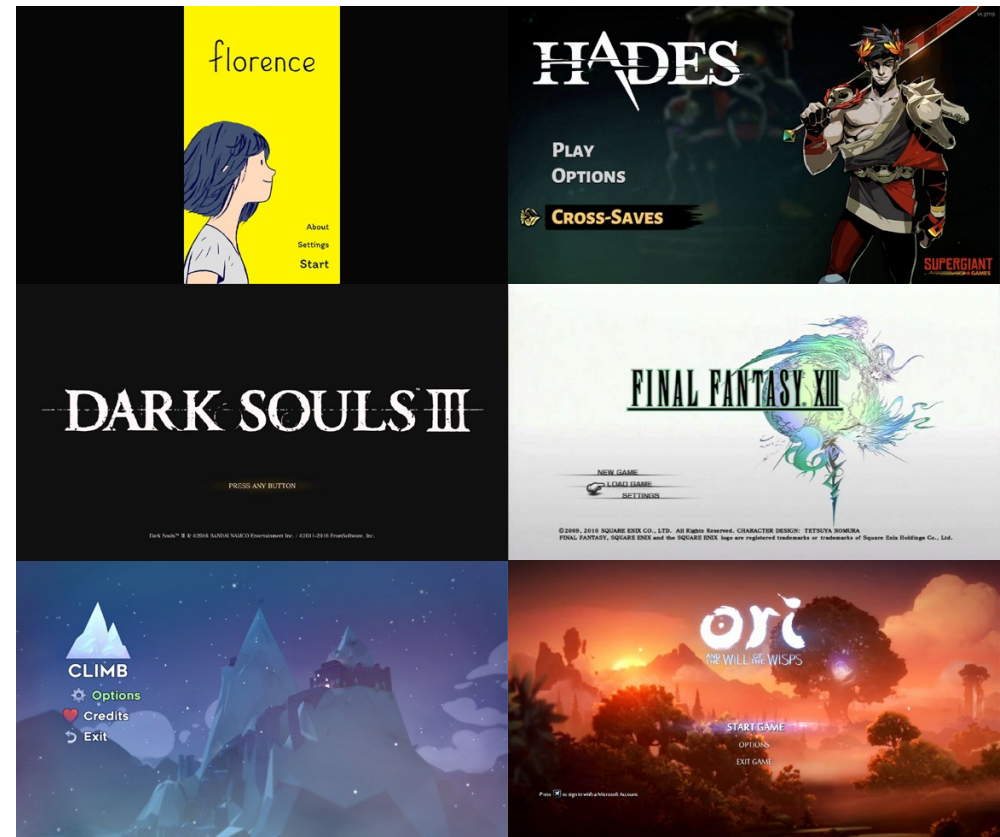


Fig 63: Fotografías de espacios de trabajo, estudio y juego reales.

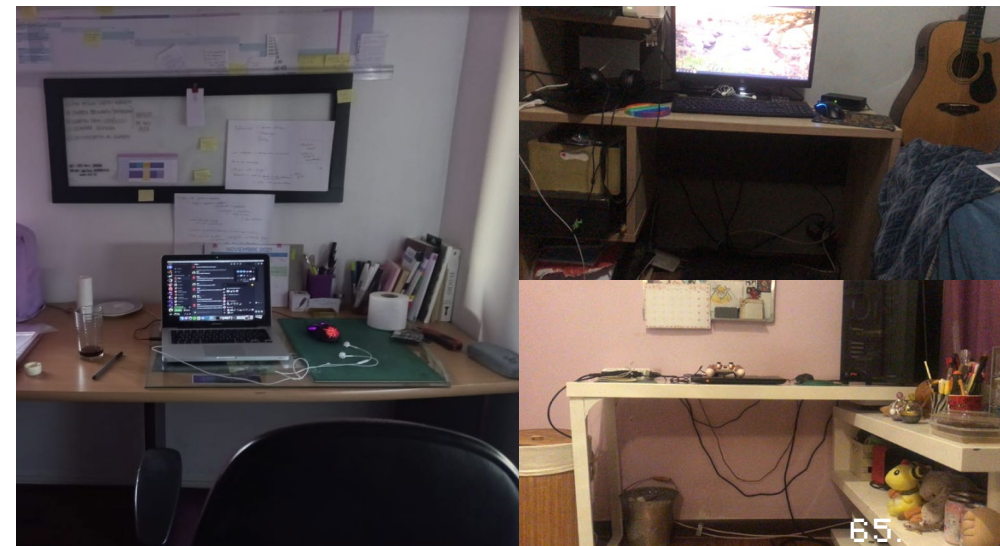


Fig 64: Línea de desarrollo de splash screen.

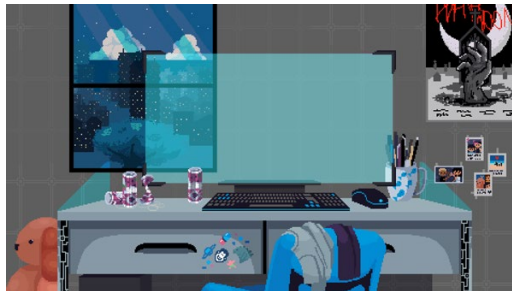
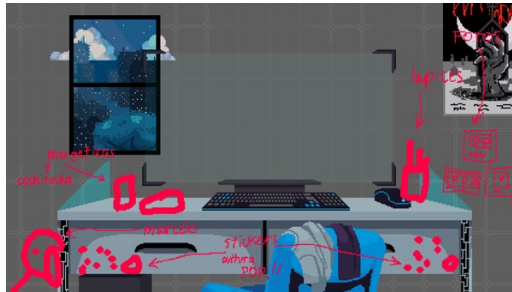


Fig 65: Versión final de la splash screen. Con efectos de iluminación.



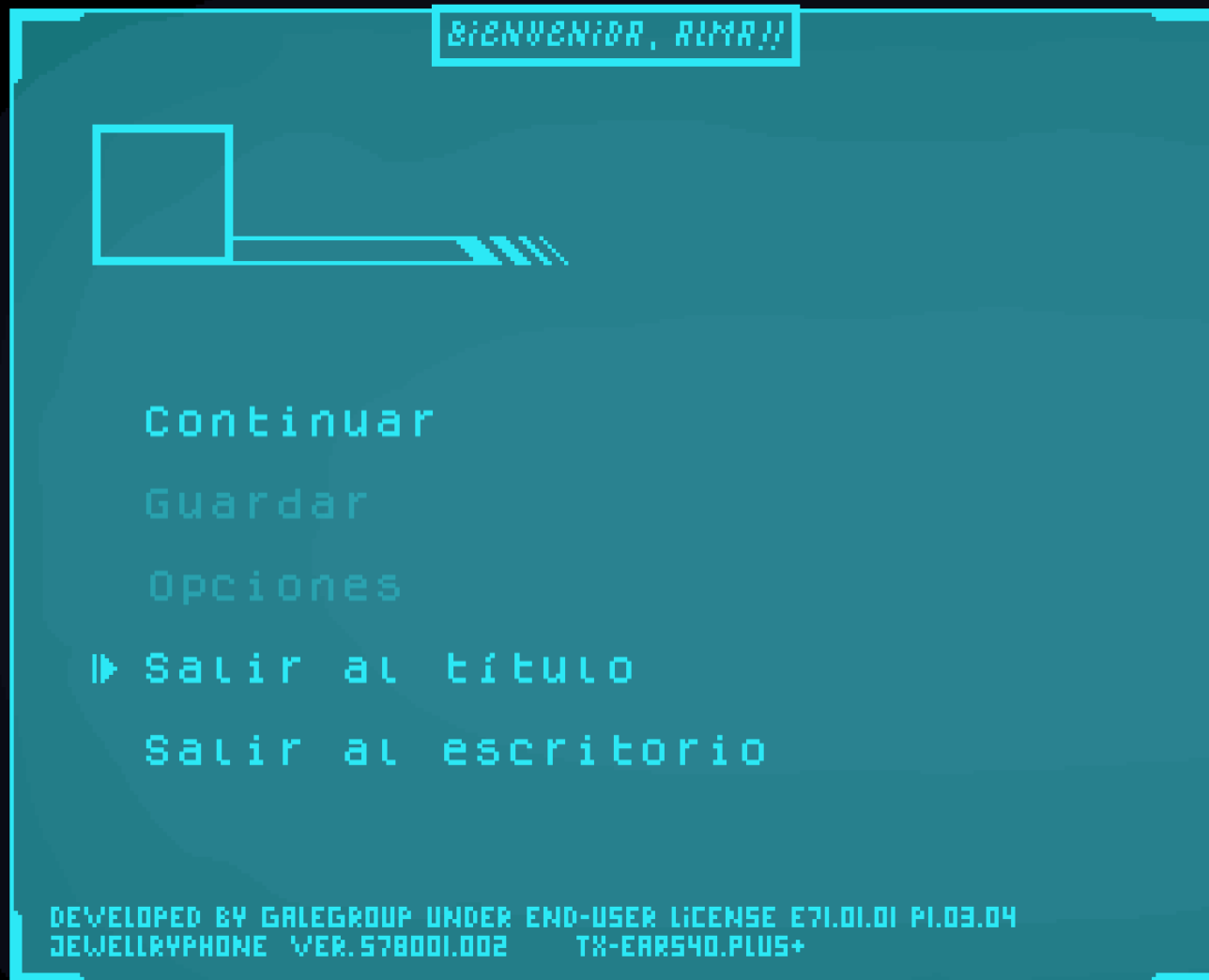
- Aprieta cualquier botón -

## Menú de pausa.

Para el menú de pausa se tomaron los aprendizajes de la Splash screen y se decidió un concepto principal primero. Este fue "Alma en su celular" y trajo el desafío de pensar como se vería un celular del siglo XXXI.

Se tomó la idea del iddle de alma (fig. 27) como concepto base -la idea de un celular que es una pantalla flotante- y se hicieron bocetos de prueba, de los cuales se escogió que el celular de Alma fuera su aro, teniendo que presionarlo para desbloquearlo (fig. 66). Este concepto tenía la ventaja de poder mostrar a Alma de cuerpo completo dentro del mismo juego, ayudando a su caracterización como personaje y a la atmósfera del DEMO en general.

Fig 66: Versión final del menú de pausa.



## Cinematika inicial.

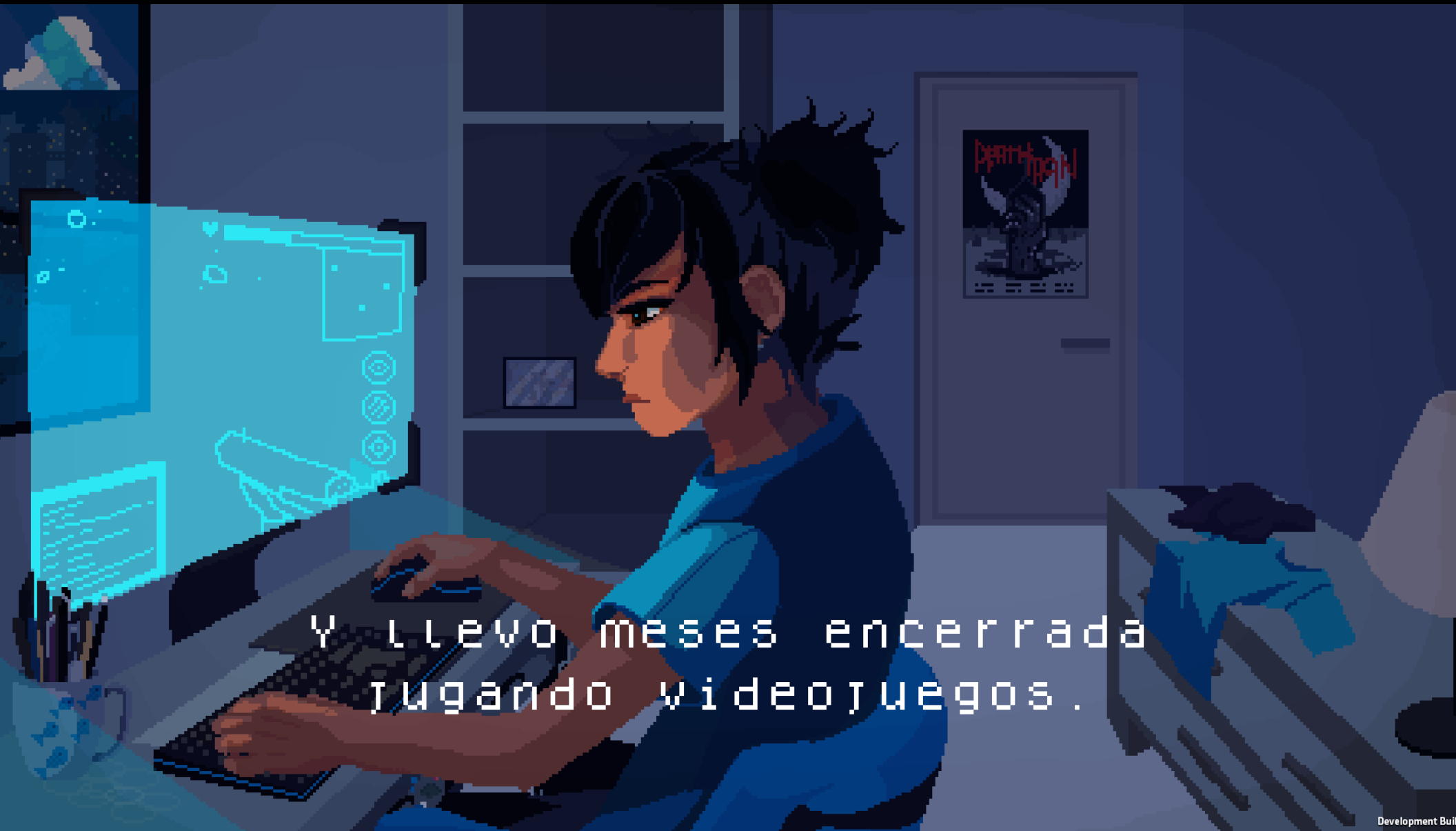
La cinematika tiene como objetivo dar contexto al jugador sobre el mundo en el cual está jugando y la persona que es el protagonista de la historia.

Para esto se hizo una ilustración (fig.67) y una animación de contexto (fig.68). Donde se informa al jugador el contexto de Alma, y los prepara para salir a explorar el mundo de Fishbowl City.

Fig 67: Ilustración de inicio, Alma y su mamá, en su ceremonia de graduación del colegio.



Fig 68: Segunda ilustración de inicio, animada.



Development Built

## Diseño de sonido.

El diseño de sonido del DEMO se dividió en dos tareas centrales. Diseño de efectos de sonido y elección de música de fondo.

### Efectos de sonido.

Los efectos de sonido fueron elaborados a partir del programa de uso gratuito "Bfxr" (fig.69). Este programa está pensado para el desarrollo de sonidos abstractos para videojuegos, con especial énfasis en sonidos de estilo "retro" -con tonos menos orgánicos, que evocan a lo digital-, por lo que se adecuan de buena manera a la estética del pixel art.

Para este proyecto, se crearon nueve efectos de sonido distintos, seis de ellos corresponden a las voces de Alma, Marina, Flora, Isaac y Murphy. Un sonido de salida, un sonido de inicio y un sonido de "glitch" para su uso en transiciones. Por último, también se generó un sonido genérico que se denominó como "blip", para su uso en los distintos menús del juego.

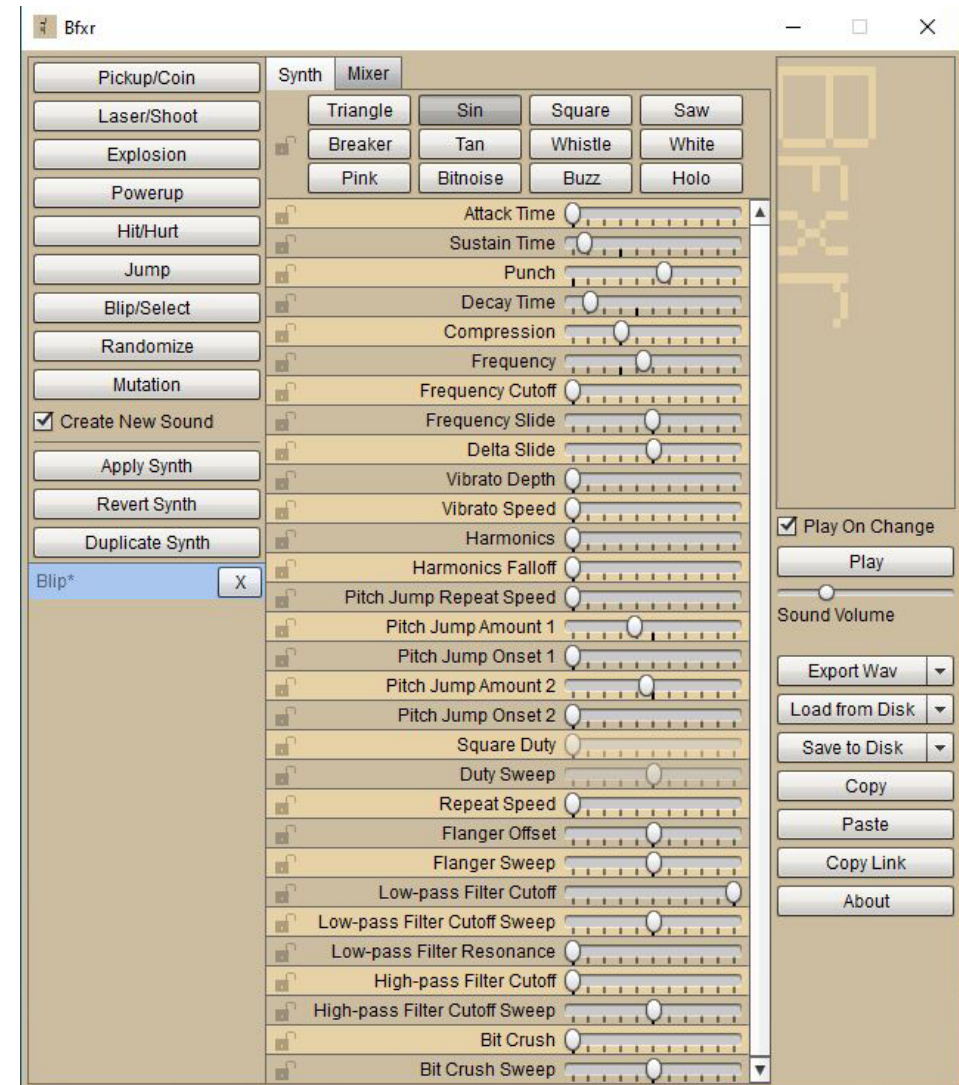
### Música.

Para la música, se buscaron artistas que trabajaran con sintetizadores, pero con melodías tranquilas. De esta manera ilustrar el futurismo tranquilo de Fishbowl City.

Se buscó música inspirada en los géneros del hip-hop, chill-hop y lo-fi. Por lo mismo, se decidió utilizar la música de Stevia Sphere -también conocida como Tova-, una artista independiente de Suecia.

Para el DEMO, se utilizaron canciones de dos de sus álbumes, *Software Piracy* (2020) y *Bleeding Keytar* (2021).

Fig 69: Captura de pantalla de la interfaz de "Bfxr"



## Linea de tiempo de prototipos.

El DEMO de “Alma” pasó por una serie de cambios a través del tiempo:



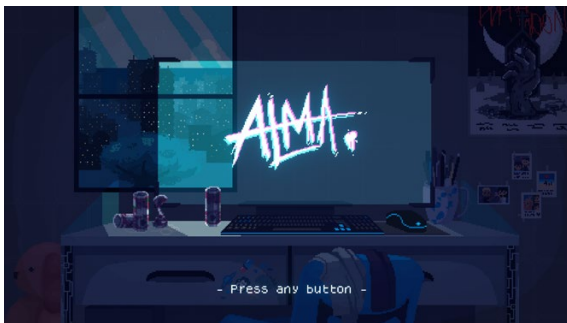
### [V 0.0.1] Primera versión:

- Espacios: Implementación de la casa de Alma, el piso de Fishbowl city, 4/6 edificios clave, 4/6 chunks y texturas de relleno.
- Alma: Implementación de movimiento en ocho direcciones, con cuatro animaciones y animación “idle”.
- NPC: Implementación de gaviotas (que miren al jugador).
- UI: -



### [V 0.0.2] Primeras interacciones:

- Espacios: Implementación 5/6 chunks.
- Alma: Implementación de cuadros de expresión (v.1) y diálogo. Implementación de los primeros comentarios de Alma al acercarse a objetos.
- NPC: -
- UI: Definió “dogica” como la tipografía del proyecto.



### [V 0.0.3] UI update:

- Espacios: Fishbowl city terminada (todos los chunks y edificios clave implementados)
- Alma: Ajuste de movimiento de Alma (Game feel).
- NPC: Posicionamiento de Murphy, Isaac y Marina en el mapa.
- UI: Implementación de splash screen y menú de pausa.





[V 0.0.4] **Versión para testeo:**

- Espacios: -
- Alma: Implementación de cuadros de expresión (v.2, sin marco).
- NPC: Implementación de cuadros de expresión (v.2, sin marco) y árboles de diálogo con Alma. Posicionamiento de Flora y Emilia en el mapa.
- UI: Implementación de música, efectos de sonido y voces de personajes.



[V 0.0.5] **Prototipo final:**

- Espacios: Implementación de un button prompt negativo, que informe cuando algo no es interactuable.
- Alma: Duplicó la cantidad de comentarios de Alma sobre su entorno.
- NPC: Implementación de tareas para el jugador, que culminan en un cierre orgánico del DEMO.
- UI: Se unificó el idioma de los menús (español de latinoamerica).

Prototipo Final.





Alma



Isaac

¿Que necesitas, Al?

Mi mamá dice que encargo pescado.

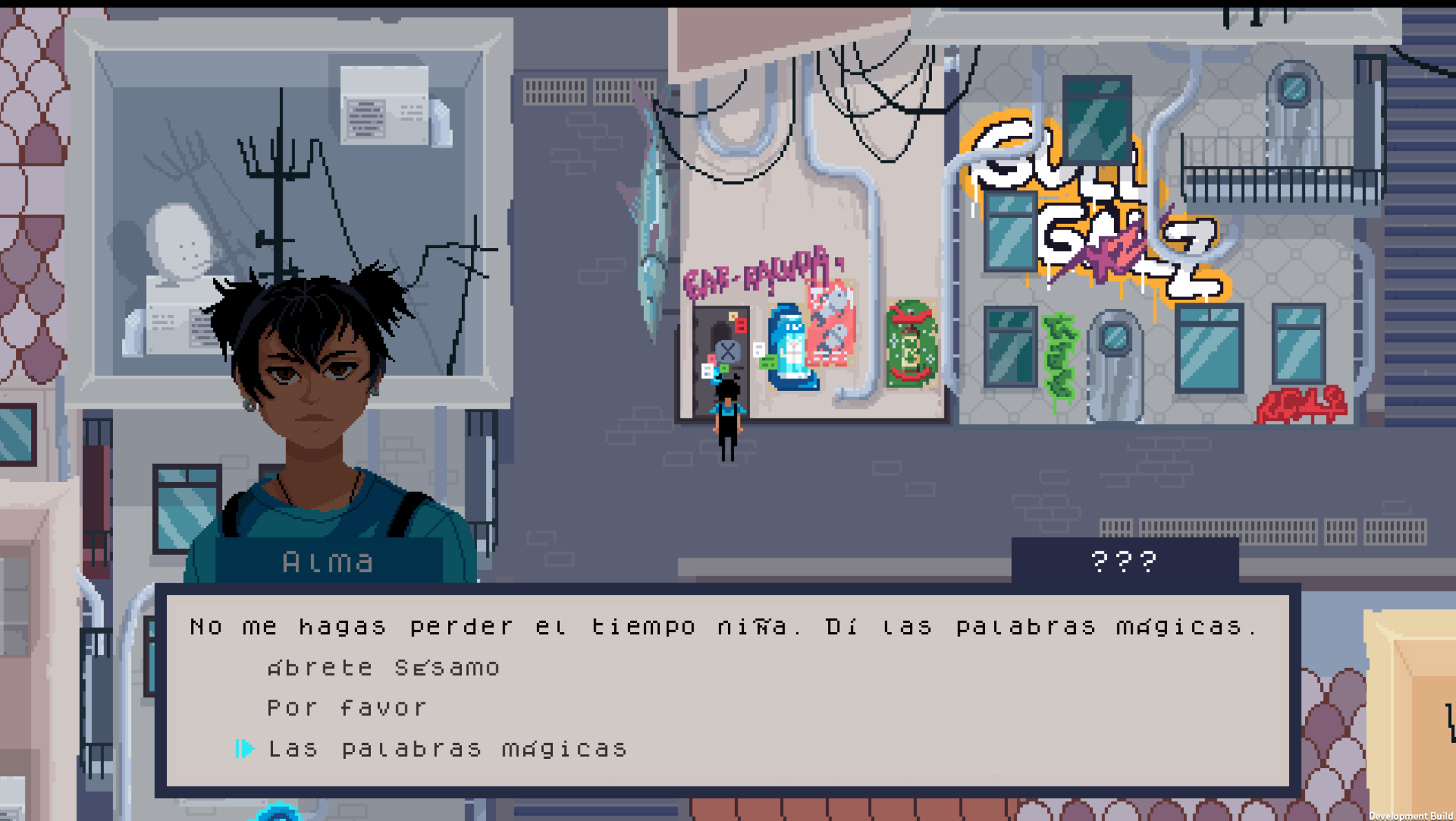
▶ ¿Qué cuentas?

¿Almorcemos juntos?





En recuerdo a Adelia Ho y Millaray Curivil.



Alma

???

No me hagas perder el tiempo niña. Dí las palabras mágicas.  
Ábrete Sesamo  
Por favor  
▶ Las palabras mágicas



Alma

Una nueva estación de metro... ¿Aquí?!

# Testeos

## Testeo preliminar: Game feel.

“Game feel” es un término abstracto directamente relacionado con la manera que tienen los desarrolladores de hacer un juego, y la manera en que los jugadores interactúan con ese juego. Swink(2008) intenta describir empíricamente el término en su libro “Game Feel: A Game Designer’s Guide to Virtual Sensation”, comparando el “game feel” con la idea abstracta del tiempo, “El game feel es de la misma manera. Sin un análisis minucioso, sabemos lo que es. Trata de definirlo y la explicación se deshace rápidamente entre mejores prácticas y experiencias personales.” (p.20), en palabras simples, el game feel es cuando sabemos que un juego está bien porque se siente bien de jugar.

Fue a través de los testeos preliminares como se definió una velocidad de caminata para Alma y se iteraron ideas como la posición y forma de mostrar los retratos de personajes en pantalla.

## Esquema de controles.

Para este proyecto se utilizó un esquema de controles extremadamente común tanto en juegos independientes como en juegos de grandes producciones. Moviendo al personaje principal con las flechas del teclado y con las teclas “W”, “A”, “S”, “D”; seleccionando con “X” y/o con la tecla de “espacio”; y poniendo pausa con el botón de escape.

Se tenía la hipótesis que el usuario en cuestión no iba a necesitar ningún tipo de indicación para comprender los comandos del juego, pues son adultos emergentes que ya están en contacto con el mundo de los videojuegos y este DEMO no debería presentarles complicaciones.

Algo que sí fue necesario integrar fue un “button prompt” -o aviso de botón- para momentos en los que se pueda interactuar con algo (fig. 70). Se decidió utilizar la tecla “X” al ser de menor tamaño que la tecla “espacio” y ocupa menos espacio en pantalla.

Fig 70: El “button prompt”, cuadros de animación y vista dentro del DEMO.





## Testeo.

La primera sesión de testeo se realizó con la versión 0.0.4 del DEMO, con el objetivo de testear como un usuario interactúa con la ciudad y cual es la retención de información del usuario al momento de jugar.

Los sujetos de testeo fueron seis jóvenes de la edad de Alma, todos familiarizados con el mundo de los videojuegos.

La modalidad de testeo consistió en una serie de tres preguntas iniciales, una sesión libre de juego, y una serie de preguntas sobre tres temas al terminar de jugar (fig.71). De esta manera se puede perfilar al usuario y su relación con los videojuegos, primero, observar de forma pasiva como ellos interactúan con el DEMO y después medir la capacidad de retención de información este.

Es importante recalcar que el testeo fue grupal, donde el grupo de participantes se conocían previamente y se sentían en confianza hablando entre ellos. De esta manera, el testeo continuaba después de las preguntas post-juego, pues los participantes salían del testeo a comentar sus experiencias de juego entre ellos y se consiguió una serie de observaciones que los participantes no mencionaron en las entrevistas de esa manera.

Lo primero que hacían los participantes al salir, era comentar las decisiones que tomaron al momento de hablar con los NPC, y sus impresiones generales sobre estos.

Fig 71: Preguntas para participantes del testeo

Nombre (*edad*)

### Preguntas pre-juego:

¿Te consideras un "gamer"?

¿Qué piensas de la palabra "gamer"?

¿Qué juegos juegas?

¿Cuál es tu juego favorito?

### Preguntas/Temas post-juego:

¿Qué te parece Alma? (*el personaje, no el proyecto.*)

¿Qué me puedes decir de los personajes que conociste?

¿Y qué me puedes decir de la ciudad?

Al ser menores de edad, a todos los participantes se les pidió traer un consentimiento informado por parte de sus tutores legales, quienes consentían a la participación de los jóvenes en los testeos. Los consentimientos firmados por cada participante están disponibles en los Anexos.





## Observaciones y feedback.

La mayoría de los participantes pudo describir a Alma (el personaje) de manera consistente, tanto sus falencias (“infantil”, “floja”, “inmadura”) como sus virtudes (“amable”, “alegre”, “buena”) y sus características más neutrales (“traviesa”, “extrovertida”), pero, una palabra que se repitió una y otra vez para describir a Alma era “gamer”, palabra con lo que los participantes se identificaban a sí mismos.

La mayoría de los participantes tuvo problemas para nombrar a los personajes, pero podían describirlos físicamente y sus personalidades con bastante consistencia. Los personajes más memorables del DEMO son Isaac y Emi. La mayoría de los jóvenes sabían quién era Isaac, pero el nombre que más recordaban era el de Emi, pues era el personaje con más interacciones directas en la versión 0.0.4, y que más veces era mencionado directamente por su nombre, pero la relación de amistad entre Isaac y Alma fue evidente para todos los participantes.

Las líneas más citadas eran “la venganza de Emi” (fig. 72) y “la risa de Isaac” (fig. 73).

Sobre Fishbowl City, a pesar de que los jóvenes no pudieron nombrar la ciudad, podían entender el concepto detrás de esta. Muchos pusieron énfasis en la presencia de graffiti y en el hecho de que era una ciudad costera. Y la mayoría pudo nombrar los edificios clave y usarlos como referencia. Especialmente el “mirador de las brujas”.

Fig 73: “La risa de Isaac” mientras se burla de Alma, en la versión 0.0.4 del DEMO.



Fig 72: “La venganza de Emi” en la versión 0.0.4 del DEMO.





# POST-PRODUCCIÓN

Parte III

# Implementación

## Branding

Al ser un proyecto futurista, se buscaron referencias en los juegos cyberpunk, con alta presencia de ambientes urbanos y de "life simulation". Pero como referentes principales, se vio el logo de "Va-11 hall-a", "Virtuaverse", y "Katana ZERO" (fig. 75).

Finalmente se utilizó el concepto explorado en la splash screen "Wall", para apoyar la caracterización de Fishbowl City (fig. 74).

## Redes sociales clave.

### Discord.

Es posible mantener una comunidad de personas interesadas en el desarrollo del videojuego manteniendo un servidor de discord, donde se puede ir informando a sus miembros en tiempo real de los avances del juego y se puede recopilar feedback de forma directa.

Al generar comunidad, es más probable que ese grupo de personas compren el producto en el día de su lanzamiento. Las copias vendidas del primer día son cruciales, ya que provocan que el algoritmo de las tiendas en línea coloquen el juego directamente en las vitrinas digitales, debido a un repentino aumento en sus ventas.

### Twitter.

Se utiliza de la misma forma que Discord, pero al estar abierto al público constantemente es más probable que alcance personas. Funciona como un primer paso de acercamiento a personas que podrían estar interesadas en el juego y permite dar anuncios más generales y formales sobre su desarrollo.

Fig 74: "ALMA"; logo para el proyecto.



Fig 75: Principales referentes de logo y paleta de colores para el branding del proyecto.<sup>1234</sup>



# Proyecciones

Equipo para un producto completo.

## Desarrolladores del DEMO:

### Lead Designer

Catalina Céspedes  
[Aspirante al título de  
Diseñadora UC]

### Lead Programmer

Matías Gabler  
[Estudiante de  
Ingeniería UC]

## Equipo a integrar:

### Assistant Designer

Abril Araneda  
[Diseñadora UC]

### Technical Artist

Francisco Pezoa  
[Diseñador UC]

### Game Programmer

Ingeniero/a en informática  
o computación.

## Financiamiento y Distribución.

### Distribución.

Actualmente, el mercado de los videojuegos ha aumentado en popularidad, volviéndose especialmente presente online. La venta y difusión de software mediante medios digitales le abrió las puertas a desarrolladores independientes a las ventas internacionales. Tiendas virtuales de videojuegos se transformaron en vitrinas masivas, donde los juegos independientes y los de alto presupuesto pueden competir.

Dentro de estas tiendas, las más reconocidas y frecuentadas por los jugadores son: Steam, Epic, GoG, Microsoft Store (XBox), PlayStation Store, Nintendo eShop, Google Play, itch.io y App Store.

Estar presente en la mayor cantidad de estas tiendas aumenta las posibilidades de éxito comercial y la visibilidad del proyecto. Pero cada una de estas cobran altas tasas de comisión por venta, generalmente rodeando el 30% del ingreso por venta (después de impuestos).

### Financiamiento.

El desarrollo de un videojuego es un proceso extenso que puede llevar múltiples meses e incluso años en terminar. Es por esto que es crucial conocer diversos medios que ayuden a obtener los recursos necesarios para el proceso de pre-producción y producción, teniendo en mente que el videojuego no produce ganancias hasta el momento que es lanzado. Además, el mercado de los videojuegos es considerado un mercado “volátil”, ya que invertir altas sumas de dinero en un videojuego no puede asegurar el éxito comercial al ser altamente competitivo y con alta población de empresas a nivel mundial.

Entre los medios de financiamiento más comunes para los desarrolladores independientes podemos encontrar:

- ▶ **Bootstrapping:** Iniciar el proyecto con capital fácil de alcanzar, como ahorros propios o mediante préstamos de familiares o cercanos.
- ▶ **Crowdfunding:** Obtener financiamiento con aportes pequeños que provienen directamente de individuos interesados en el proyecto. Plataformas como Kickstarter permiten ejecutar esta dinámica de forma masiva y pública.
- ▶ **Fondos de desarrollo:** Asistencia por parte del estado u otro patrocinador para impulsar un proyecto, tienden a tener fines específicos como impulsar proyectos educativos, ampliar proyectos culturales o impulsar un proyecto en pre-producción.
- ▶ **Funding:** Financiamiento mediante un contrato con un “Game Publisher”, una empresa que toma un rol similar a una editorial, entregando financiamiento y asistencia a proyectos de videojuegos al mismo tiempo que colabora con su distribución y difusión con el fin de aumentar la probabilidad de éxito comercial del proyecto. Todo a cambio de una porción del ingreso que genere el videojuego en un periodo determinado de tiempo.

Para este proyecto, las opciones más relevantes son el Crowdfunding y el Funding mediante “Game Publishers”.

## Posibles Publishers.



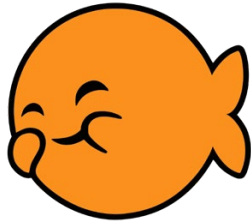
### Fellow Traveler:

En su página web, Fellow Traveler se define como; “Un estudio indie de juegos que explora los espacios de posibilidades que los juegos narrativos pueden llegar a ser. Buscamos asociarnos con desarrolladores de juegos pionarios que trabajan en juegos inusuales con la narrativa como punto central.”



### Whitethorn Games:

Whitethorn Games es un publisher conocido por tener un foco en juegos artísticamente interesantes y adorables, ellos se definen como; “Somos un publisher independiente que se centra en juegos acogedores y agradables, que pueden ser jugados en tandas, que no requieren ninguna habilidad especial o conocimiento previo para jugar y que cualquiera puede tomar y jugar. Creemos en la accesibilidad, inclusión, y en agrandar la audiencia de las personas que juegan”



### Chucklefish:

Chucklefish es un estudio de desarrollo y publisher de videojuegos independiente que ha apoyado grandes proyectos con focos narrativos y con estilos de arte hi-bit. Ellos se definen como; “somos un estudio y publisher independiente de Londres, UK, con amor hacia el pixel art adorable y motivación para apoyar juegos increíbles.”



### WINGS:

En su página, se definen como; “WINGS interactive es un nuevo fondo que financia juegos creados por equipos diversos, partiendo por juegos de equipos con mujeres y otros géneros marginalizados en posiciones de desarrollo clave. La selección de proyectos es realizada por un comité internacional de desarrolladoras mujeres y personas no-binarias de trayectoria comprobada.”



## Presupuesto

Con el equipo de trabajo establecido en la sección “equipo para un producto completo”, se estima un tiempo de desarrollo de 12 meses.

Fig 76: Tablas de costos generales del proyecto, proyectado a un año de trabajo.

Apartado	%	Final
Team	-	\$65,790
Administrativo	-	\$1,000
Margin de Riesgo	5%	\$3,340
<b>Total</b>		<b>\$70,130</b>
<b>Total CLP</b>		<b>\$58,758,703</b>
USD to CLP		
\$837.86		

FishBowl City: Alma											
Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Pre-Production		Production							Testing		
\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440
\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440
\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440	\$1,440
\$0	\$0	\$720	\$720	\$720	\$720	\$720	\$720	\$720	\$720	\$720	\$720
\$0	\$0	\$360	\$360	\$360	\$360	\$360	\$360	\$360	\$360	\$360	\$360
\$0	\$0	\$450	\$450	\$450	\$450	\$450	\$450	\$450	\$0	\$0	\$0
\$4,320	\$4,320	\$5,850	\$5,850	\$5,850	\$5,850	\$5,850	\$5,850	\$5,850	\$5,400	\$5,400	\$5,400
\$50	\$50	\$50	\$450	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50
\$50	\$50	\$50	\$450	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50

## Model Bussiness Canvas.

<p><b>Partners Clave</b></p> <p>Publishers; encargados del financiamiento, distribución y marketing del proyecto.</p> <p>Tiendas online de juegos; se puede entrar a través de un publisher o de forma independiente.</p> <p>Plataformas de crowdfunding; específicamente, Kickstarter y Patreon.</p>	<p><b>Actividades Clave</b></p> <p>Desarrollo de videojuego.</p> <p>Community management; mantener los canales de difusión activos.</p>	<p><b>Propuesta de Valor</b></p> <p>Aporta a diversificar el medio.</p> <p>Entrega representación a un segmento frecuentemente ignorado de consumidoras.</p>	<p><b>Relación con los Clientes</b></p> <p>Transparencia al comunicar las etapas de desarrollo.</p> <p>Comunicación estrecha para generar instancias de feedback y buen boca-a-boca online.</p>	<p><b>Segmento de Clientes</b></p> <p>Adultos emergentes jugadores, especialmente las adultas emergentes que juegan.</p> <p>Jugadoras mujeres adolescentes.</p> <p>Fanáticos de los juegos independientes.</p>
	<p><b>Recursos Clave</b></p> <p>Software de desarrollo; Unity premium para el desarrollo y Photoshop para la creación de arte.</p> <p>Equipos; computadores y tabletas para ilustrar.</p>		<p><b>Canales</b></p> <p>Discord; crear un servidor dedicado al desarrollo del juego, abierto a personas interesadas.</p> <p>Twitter; página pública de información y anuncios generales.</p> <p>Tiendas online de juegos: el canal principal donde encontrar el DEMO y, eventualmente, el producto final.</p>	
<p><b>Estructura de Costes</b></p> <p>Remuneraciones del equipo de trabajo.</p> <p>Compra de equipos y software para el desarrollo del videojuego.</p> <p>Compra de assets pre-fabricados para agilizar la producción de objetos y ambientes comunes.</p>			<p><b>Flujos de Ingresos</b></p> <p>Crowdfunding; directamente de los fans, en plataformas como Patreon y Kickstarter.</p> <p>Publishers; principal flujo de ingresos.</p> <p>Fondos; para fines específicos como el proceso de pre-producción.</p>	

## Conclusiones

El desarrollo de videojuegos es un esfuerzo interdisciplinario, que se beneficia enormemente de las diferentes experiencias y opiniones de personas diversas, familiarizadas, o no, con la cultura histórica del videojuego. Existe espacio y oportunidad para explorar el juego como un medio para contar las historias de estas personas, pero sin el apoyo suficiente, alcanzar a la audiencia de estos proyectos se transforma en un desafío.

Este proyecto se vio limitado por una falta de sujetos de testeo que cumplieran con todos y cada uno de los parámetros del usuario ideal. Pero, gracias a la viabilidad del proyecto, es posible ampliarlo más allá de un proyecto académico, llevarlo al mundo de los videojuegos comerciales y transformarlo en una fuente de empleo para los desarrolladores.

El desarrollo de videojuegos como rubro es extremadamente grande, el público existe y los modos de financiamiento también. Y, con un equipo completo, se puede conseguir un producto real y viable que se inserte en este mercado en constante crecimiento. Luego de una extensa serie de entrevistas a mujeres profesionales del mundo de los videojuegos, Brandes (2017) concluye con lo siguiente;

“Al final, sabremos que los juegos han llegado a su máximo potencial cuando retiremos la palabra ‘gamer’ de nuestro vocabulario. En un mundo donde existen juegos para todos, la palabra ‘gamer’ no tendrá más significado que ‘movie-goer’ o ‘televidente’, por que todos jugaran juegos. Y la única pregunta que quedará por hacer será, ‘¿Cuál es tu favorito?’” (p. 215)

# Referencias

## Imágenes y figuras.

**Investigación** - imagen de fondo: Boskovski, M. (2020, 15 febrero). Black sony ps 4 game controller photo [Fotografía]. Unsplash. <https://unsplash.com/photos/EXU2EFzd4uY>

**Fig. 01** - Estadísticas generales sobre la industria de los videojuegos por Clement (2020) para Statista.

imagen de fondo: R., T. (2019, 28 agosto). Sony PS DualShock controller photo [Fotografía]. Unsplash. <https://unsplash.com/photos/BVi74hFpZfc>

<sup>1</sup>J. Clement. (2021, Septiembre). Number of videogamers worldwide 2021, by region (in millions) [Gráfico]. Statista. <https://www.statista.com/statistics/293304/number-video-gamers/>

<sup>2</sup>J. Clement (2021, Junio) Games market revenue worldwide in 2021, by device(in billion U.S. dollars) [Gráfico]. Statista. <https://www.statista.com/statistics/278181/global-gaming-market-revenue-device/>

<sup>3</sup>J. Clement (2021, Enero) Leading gaming content on Twitch worldwide from January 1, 2019 to June 30, 2019, by hours watched(in millions) [Gráfico]. Statista. <https://www.statista.com/statistics/507983/leading-game-content-twitch-by-concurrent-viewers/>

J. Clement (2021, Septiembre) Number of hours watched on YouTube Gaming worldwide from 2nd quarter 2018 to 2nd quarter 2021(in millions) [Gráfico]. Statista. <https://www.statista.com/statistics/992392/active-streamers-youtube-gaming/>

**Fig. 02** - Posters de películas relevantes inspiradas en y relacionadas con la cultura de los videojuegos entre el 2012 y 2021<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12</sup>.

<sup>1</sup> Warner Bros, Metro-Goldwyn-Mayer (MGM), & Square Enix. (2018). Tomb Raider [Poster de película]. IMDb. [https://www.imdb.com/title/tt1365519/?ref=fn\\_al\\_tt\\_1](https://www.imdb.com/title/tt1365519/?ref=fn_al_tt_1)

<sup>2</sup> Warner Bros, Legendary Entertainment, & The Pokemon Company. (2019). Pokémon: Detective Pikachu [Poster de película]. IMDb. [https://www.imdb.com/title/tt5884052/?ref=fn\\_al\\_tt\\_1](https://www.imdb.com/title/tt5884052/?ref=fn_al_tt_1)

<sup>3</sup> Constantin Film, Impact Pictures, & Capcom Company. (2020). Monster Hunter [Poster de película]. IMDb. [https://www.imdb.com/title/tt6475714/?ref=nv\\_sr\\_srsrg\\_0](https://www.imdb.com/title/tt6475714/?ref=nv_sr_srsrg_0)

<sup>4</sup> Constantin Film & Davis Films. (2021). Resident Evil: Welcome to Raccoon City [Poster]. IMDb. [https://www.imdb.com/title/tt6920084/?ref=ttmi\\_tt](https://www.imdb.com/title/tt6920084/?ref=ttmi_tt)

<sup>5</sup> Warner Bros, Amblin Entertainment, & Village Roadshow Pictures. (2018). Ready Player One [Poster de película]. IMDb. [https://www.imdb.com/title/tt1677720/?ref=nv\\_sr\\_srsrg\\_0](https://www.imdb.com/title/tt1677720/?ref=nv_sr_srsrg_0)

<sup>6</sup> Great Big Story & Netflix. (2020). High Score [Poster de Netflix]. IMDb. [https://www.imdb.com/title/tt12759400/?ref=nv\\_sr\\_srsrg\\_0](https://www.imdb.com/title/tt12759400/?ref=nv_sr_srsrg_0)

<sup>7</sup> Legendary Television, CBS Television Studios, & Circle of Confusion. (2020). Console Wars [Poster de película]. IMDb. [https://www.imdb.com/title/tt5215462/?ref=nv\\_sr\\_srsrg\\_0](https://www.imdb.com/title/tt5215462/?ref=nv_sr_srsrg_0)

<sup>8</sup> Gracious Films. (2020). From Bedrooms to Billions: The Playstation Revolution [Poster de película]. IMDb. <https://www.imdb.com/title/tt5843300/>

<sup>9</sup> Paramount Pictures, Sega Sammy Group, & Original Film. (2020, 16 febrero). Sonic the Hedgehog [Poster de Película]. IMDb. <https://www.imdb.com/title/tt3794354/>

<sup>10</sup> New Line Cinema, Atomic Monster, & Broken Road Productions. (2021, 23 abril). Mortal Kombat [Poster de Película]. IMDb. [https://www.imdb.com/title/tt0293429/?ref=nv\\_sr\\_srsrg\\_0](https://www.imdb.com/title/tt0293429/?ref=nv_sr_srsrg_0)

<sup>11</sup> Walt Disney Animation Studios & Walt Disney Pictures. (2012, 2 noviembre). Wreck-It Ralph [Poster de Película]. IMDb. [https://www.imdb.com/title/tt1772341/?ref=nv\\_sr\\_srsrg\\_0](https://www.imdb.com/title/tt1772341/?ref=nv_sr_srsrg_0)

<sup>12</sup> Frederator Studios, Mua Film, & Netflix. (2017, 7 julio). Castlevania [Poster de Serie]. IMDb. [https://www.imdb.com/title/tt6517102/?ref=nv\\_sr\\_srsrg\\_0](https://www.imdb.com/title/tt6517102/?ref=nv_sr_srsrg_0)

**Fig. 03** - [Atari video game burial, desenterrado el año 2014 para el documental «Atari: Game Over»]. (2014). <https://americanhistory.si.edu/blog/landfill-smithsonian-collections-et-extra-terrestrial-atari-2600-game>. [https://americanhistory.si.edu/sites/default/files/styles/large/public/Some%20of%20the%20E.T.%20cartridges%20from%20Alamogordo%2C%20New\\_Mexico.jpg?itok=4cSR9cMJ](https://americanhistory.si.edu/sites/default/files/styles/large/public/Some%20of%20the%20E.T.%20cartridges%20from%20Alamogordo%2C%20New_Mexico.jpg?itok=4cSR9cMJ)

**Fig. 04** - “El giro de los 90s”, publicidad de Atari circa 1980<sup>1</sup> versus publicidad del Gameboy Pocket circa 1990<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>Atari 400 Home Computers Vintage Ad 12” x 9” Metal Sign. (2010). [Fotografía]. <https://www.amazon.com/Atari-Computers-Vintage-Retro-Metal/dp/B07NYMLZHD>

<sup>2</sup>Publicidad de nintendo gameboy pocket, circa 1990. (2015). Business Insider. <https://www.businessinsider.com/retro-video-game-ads-2015-7>

**Fig. 05** - El estereotipo del “gamer”, figura de elaboración propia. Paaßen, B., Morgenroth, T.a, & Stratemeyer, M. (2016). What is a True Gamer? The Male Gamer Stereotype and the Marginalization of Women in Video Game Culture. Sex Roles, 76(7-8), 421-435.

Imagen de fondo: Villasmil, L. (2020, 6 abril). person holding black and grey game controller photo [Fotografía]. Unsplash. <https://unsplash.com/photos/ITFwHdPEED0>

**Fig. 06** -La realidad demográfica, figura de elaboración propia. Entertainment Software Association. (2021, julio). 2021 Essential Facts about the Video Game Industry. esa. <https://www.theesa.com/resource/2021-essential-facts-about-the-video-game-industry/>

imagen de fondo: Nintendo. (2016, 20 octubre). First Look at Nintendo Switch 0:30 [Captura de Pantalla]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=f5uik5fglal>

**Fig. 07** - El círculo vicioso, figura de elaboración propia. Paaßen, B., Morgenroth, T.a, & Stratemeyer, M. (2016). What is a True Gamer? The Male Gamer Stereotype and the Marginalization of Women in Video Game Culture. Sex Roles, 76(7-8), 421-435.

imagen de fondo: Nintendo. (2016, 20 octubre). First Look at Nintendo Switch [Captura de Pantalla]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=f5uik5fglal>

**Fig. 08** - Ejemplos de indie games, en orden de arriba a abajo; Hollow Knight<sup>1</sup>, CELESTE<sup>2</sup> y Transistor<sup>3</sup>.

Team Cherry & Nintendo. (2018). Hollow Knight [Header de tienda]. Nintendo. <https://www.nintendo.com/games/detail/hollow-knight-switch/>

Matt Makes Games Inc. & Nintendo. (2018). Celeste [Header de tienda]. Nintendo. <https://www.nintendo.com/games/detail/celeste-switch/>

SuperGiant Games & Nintendo. (2018). Transistor [Header de tienda]. Nintendo. <https://www.nintendo.com/games/detail/transistor-switch/>

**Fig. 09** - La adultez emergente, figura de elaboración propia. Arnett, J. J. (2006). Emerging Adulthood: Understanding the New Way of Coming of Age. In J. J. Arnett & J. L. Tanner (Eds.), *Emerging adults in America: Coming of age in the 21st century* (p. 3–19). American Psychological Association.  
imagen de fondo: Nintendo. (2016, 20 octubre). First Look at Nintendo Switch 2:36 [Captura de Pantalla]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=f5uik5fgla>.

**Fig. 10** - Los cuatro tipos de adulto emergente, figura de elaboración propia. Kohl, A. B. (2016). Video game addiction and motivation in emerging adults: A person-centered approach. ProQuest Dissertations Publishing.

**Fig. 11** - Niveles de ansiedad de cada tipo de adulto, en relación a la figura 10, figura de elaboración propia. Kohl, A. B. (2016). Video game addiction and motivation in emerging adults: A person-centered approach. ProQuest Dissertations Publishing.

**Fig. 12** - Ejemplos de películas coming of age, en orden de arriba a abajo; Breakfast Club<sup>1</sup>, Mean Girls<sup>2</sup> y Superbad<sup>3</sup>.

<sup>1,2,3</sup> Glamour. (2020, 28 diciembre). The 30 Best Coming-of-Age Movies to Stream Right Now [Captura de Pantalla]. GLAMOUR. <https://www.glamour.com/gallery/best-coming-of-age-movies>

“**Susurros del corazón**” - Studio Ghibli, Hakuhodo, Nippon Television Network (NTN), & Tokuma Shoten. (1996, 13 diciembre). Whisper of the Heart [Poster de Película]. IMDb. <https://www.imdb.com/title/tt0113824/mediaviewer/rm1564814592/>  
“**Aggretsuko**” - Sanrio Film, Fanworks, Tokyo FM Broadcasting Co., & Netflix. (2018, 20 abril). Aggretsuko [Poster de Serie]. IMDb. <https://www.imdb.com/title/tt8019444/mediaviewer/rm1972106753/>  
“**El reporte privado de mi experiencia lesbica con la soledad.**” - Nagata, K., East Press, & Seven Seas Entertainment. (2016, 17 junio). My Lesbian Experience With Loneliness [Portada de Libro]. Wikipedia. [https://en.wikipedia.org/wiki/My\\_Lesbian\\_Experience\\_With\\_Loneliness](https://en.wikipedia.org/wiki/My_Lesbian_Experience_With_Loneliness)  
“**SHE-RA y las princesas de poder**” - DreamWorks Animation Television, Mattel Creations, & Netflix. (2018, 13 noviembre). She-ra and the Princesses of Power [Poster de Serie]. IMDb. <https://www.imdb.com/title/tt7745956/mediaviewer/rm909161985/>

Kiki's Delivery Service Production Committee, Nibariki, Nippon Television Network (NTV), & Studio Ghibli. (1990, 20 diciembre). Kiki's Delivery Service [Captura de Pantalla]. Animation Screencaps. <https://animationscreencaps.com/kikis-delivery-service-1989/page/5#box-1/180/kiki-delivery-disneyscreencaps.com-900.jpg>

**Fig. 13** - El movimiento metamodernista, comparado con sus precedentes, el modernismo y el postmodernismo, figura de elaboración propia. Gray L. [GDC] (2018). How to Write Games for the Internet without Embarrassing Yourself [Archivo de video]. <https://www.gdcvault.com/play/1025159/How-to-Write-Games-for>

**Fig. 14** - El rango tonal del metamodernismo, ejemplificado en los memes de autodesprecio<sup>1,2</sup> versus tiernos<sup>7,8</sup> y sus matices intermedios<sup>3,4,5,6</sup>.

<sup>1</sup> college students typing essays like. yeah this sounds stupid as fuck submit it. (2020). [Ilustración]. iFunny. <https://ifunny.co/picture/college-students-typing-essays-like-yeah-this-sounds-stupid-as-soyCuSXB8>

<sup>2</sup> Here lies, me lmao bye. (2018). [Ilustración]. MEME. <https://me.me/i/here-lies-me-lmao-bye-127aa14931214d87a1c86a06e680d544>

<sup>3</sup> The G in LGBT stands for Grouch. (2020). [Captura de Pantalla]. reddit. [https://www.reddit.com/r/tumblr/comments/j9jun3/the\\_g\\_in\\_lgbt\\_stands\\_for\\_grouch/](https://www.reddit.com/r/tumblr/comments/j9jun3/the_g_in_lgbt_stands_for_grouch/)

<sup>4</sup> English Memes. (s. f.). [Ilustración]. Pinterest. <https://www.pinterest.cl/pin/269512358940322353/>

<sup>5</sup> CRYING S AN EXTREME SPORT IT REALLY IS MEME. (2019). [Ilustración]. MEME. <https://me.me/i/crying-s-an-extreme-sport-it-really-is-4b16913aa05a478f90aff03f43d564fb>

<sup>6</sup> snugglebugmemes. (2020, 4 diciembre). i'm not 22 but point still stands [Ilustración]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CIYw4ulASVp/>

<sup>7</sup> [Meme tierno sobre dos ranas]. (2020, 30 noviembre). Instagram. <https://www.instagram.com/p/CIN-VfsIE7K/>

<sup>8</sup> all of these! <3. (2021, 25 julio). [Fotografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CRwyi8cthse/>

“**Earthbound**” - Nintendo. (2013, 18 julio). Earthbound [Captura de Pantalla]. Nintendo. <https://www.nintendo.es/Juegos/Super-Nintendo/EarthBound-771110.html>

“**Hatoful Boyfriend**” - Mediatonic, Hato Moa, & Epic Games. (2014, 4 septiembre). Hatoful Boyfriend [Captura de pantalla]. Steam. [https://store.steampowered.com/app/310080/Hatoful\\_Boyfriend/](https://store.steampowered.com/app/310080/Hatoful_Boyfriend/)

“**Undertale**” - tobyfox. (2015, 15 septiembre). Undertale [Captura de Pantalla]. Steam Storepage. <https://store.steampowered.com/app/391540/Undertale/>

“**Doki Doki Literature Club**” - Team Salvato. (2017, 22 julio). Doki Doki Literature Club! [Captura de Pantalla]. Steam Storepage. [https://store.steampowered.com/app/698780/Doki\\_Doki\\_Literature\\_Club/](https://store.steampowered.com/app/698780/Doki_Doki_Literature_Club/)

“**Dream Daddy: A Dad Dating Simulator**” - Game Grumps. (2017, 20 junio). Dream Daddy [Header de Tienda]. Steam Storepage. [https://store.steampowered.com/app/654880/Dream\\_Daddy\\_A\\_Dad\\_Dating\\_Simulator/](https://store.steampowered.com/app/654880/Dream_Daddy_A_Dad_Dating_Simulator/)

“**Bojack Horseman**” - Bob-Waksberg, R. & Netflix. (2014, 22 agosto). Bojack Horseman [Captura de Pantalla]. Wordpress. <https://frasesdelavida.com/frases-de-bojack-horseman/>

“**Rick and Morty**” - Adult Swim. (2013). Rick and Morty [Captura de Pantalla]. ABCPlay. [https://www.abc.es/play/series/noticias/abci-cinco-mejores-capitulos-rick-y-morty-para-amenizar-espera-202106211709\\_noticia.html](https://www.abc.es/play/series/noticias/abci-cinco-mejores-capitulos-rick-y-morty-para-amenizar-espera-202106211709_noticia.html)

“**Bo Burnham: Make happy**” - Burnham, B. & Netflix. (2016, 14 junio). Bo Burnham - Can't Handle This (Kanye Rant) - MAKE HAPPY Netflix [HD] [Captura de Pantalla]. Youtube. [https://www.youtube.com/watch?v=rYyOo-J0x20&ab\\_channel=boburnham](https://www.youtube.com/watch?v=rYyOo-J0x20&ab_channel=boburnham)

“**John Mulaney & the Sack Lunch Bunch**” - Mulaney, J. & Netflix. (2019, 17 diciembre). John Mulaney & The Sack Lunch Bunch | Official Trailer | Netflix [Captura de Pantalla]. Youtube. [https://www.youtube.com/watch?v=omUnQ5ej6dY&ab\\_channel=Netflix](https://www.youtube.com/watch?v=omUnQ5ej6dY&ab_channel=Netflix)

“**INSIDE**” - Burnham, B. & Netflix. (2021, 4 junio). Welcome to the Internet - Bo Burnham (from «Inside» -- ALBUM OUT NOW) [Captura de Pantalla]. Youtube. [https://www.youtube.com/watch?v=k1BneeJTDcU&ab\\_channel=boburnham](https://www.youtube.com/watch?v=k1BneeJTDcU&ab_channel=boburnham)

“**Legalize Everything**” - Andre, E. & Netflix. (2020, 11 junio). Eric Andre: Legalize Everything | Teaser | Netflix Is A Joke [Captura de Pantalla]. Youtube. [https://www.youtube.com/watch?v=UYjof4V7My&ab\\_channel=NetflixIsAJoke](https://www.youtube.com/watch?v=UYjof4V7My&ab_channel=NetflixIsAJoke)

“**Shia Labeouf Live - Rob Cantor**” - Cantor, R. (2014, 21 octubre). «Shia LaBeouf» Live - Rob Cantor [Captura de Pantalla]. Youtube. [https://www.youtube.com/watch?v=oOu4M6vppCI&ab\\_channel=robcantor](https://www.youtube.com/watch?v=oOu4M6vppCI&ab_channel=robcantor)

"This is America - Childish gambino" - Glover, D. (2018, 6 mayo). Childish Gambino - This Is America (Official Video) [Captura de Pantalla]. Youtube. [https://www.youtube.com/watch?v=VYOjWnS4cMY&ab\\_channel=ChildishGambinoVEVO](https://www.youtube.com/watch?v=VYOjWnS4cMY&ab_channel=ChildishGambinoVEVO)  
"#IAMSorry" - LaBeouf, S., Turner, L., & Rönkkö, N. (2014). #IAMSorry [Fotografía]. DAZED. <https://www.dazeddigital.com/artsandculture/article/19095/1/meet-the-two-artists-behind-shia-labeoufs-iamsorry>  
"#INTRODUCTIONS" - Turner, LaBeouf, & Rönkkö. (2015, 15 abril). #INTRODUCTIONS [Captura de Pantalla]. Vimeo. <https://vimeo.com/125095515>

**Fig. 15** - Ludonarrativa, Haggis, M. (2017). Storytelling Tools to Boost Your Indie Game's Narrative and Gameplay. Game Developers Conference [GDC] Independent Games Summit [Archivo de video]. <https://www.gdcvault.com/play/1024157/Storytelling-Tools-to-Boost-Your>

imagen de fondo: Nintendo. (2016, 20 octubre). First Look at Nintendo Switch 2:36 [Captura de Pantalla]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=f5uik5fglal>.

**Fig. 16** - página de compra de Undertale, con sus reviews correspondientes. tobyfox. (2015, 15 septiembre). Undertale [Captura de Pantalla]. Steam Storepage. <https://store.steampowered.com/app/391540/Undertale/>

**Fig. 17** - Mario a través de las épocas, en orden de arriba a abajo. La era de 8-bit<sup>1</sup>, la era de 16-bit<sup>2</sup>, 32-bit<sup>3</sup>, la era 3D/64-bit<sup>4</sup>, el estado del arte contemporáneo<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> Nintendo. (1985). Super Mario Bros. [Captura de Pantalla]. Nintendo. <https://www.nintendo.es/Juegos/NES/Super-Mario-Bros--803853.html>

<sup>2</sup> Nintendo. (1988). Super Mario Bros. 2 [Captura de Pantalla]. retroplace. <https://www.retroplace.com/es/juegos/3330--super-mario-bros-2>

<sup>3</sup> Nintendo. (1990). Super Mario World [Captura de Pantalla]. hobbyconsolas. <https://www.hobbyconsolas.com/reviews/análisis-súper-mario-world-antes-snes-mini-166682>

<sup>4</sup> Nintendo. (1996). Super Mario 64 [Captura de Pantalla]. GQ. <https://www.revistagq.com/noticias/articulo/super-mario-64-subasta-videojuego-mas-caro>

<sup>5</sup> Nintendo. (2017). Super Mario Odyssey [Captura de Pantalla]. MC. <https://www.muycmputer.com/2017/06/14/super-mario-odyssey/>

**Fig. 18** - Owlboy (2016), desarrollado por D-Pad Studio. D-Pad Studios. (2016, 11 noviembre). Owlboy [Captura de Pantalla]. PC Gamer. <https://www.pcgamer.com/owlboy-review/>

"Terraria": (2011) - Re-Logic. (2011, 16 mayo). Terraria [Captura de Pantalla]. Steam. <https://store.steampowered.com/app/105600/Terraria/>

"FEZ": (2013) - Polytron Corporation & Trapdoor. (2013, 1 mayo). FEZ [Captura de Pantalla]. Steam. <https://store.steampowered.com/app/224760/FEZ/>

"Hyper Light Drifter": (2016) - Heart Machine. (2016, 31 marzo). Hyper Light Drifter [Captura de Pantalla]. Steam. [https://store.steampowered.com/app/257850/Hyper\\_Light\\_Drifter/](https://store.steampowered.com/app/257850/Hyper_Light_Drifter/)

"Enter the Gungeon": (2016) - Dodge Roll & Devolver Digital. (2016, 5 abril). Enter the Gungeon [Captura de Pantalla]. Steam. [https://store.steampowered.com/app/311690/Enter\\_the\\_Gungeon/](https://store.steampowered.com/app/311690/Enter_the_Gungeon/)

"Stardew Valley": (2016) - Concerned Ape. (2016, 26 febrero). Stardew Valley [Captura de Pantalla]. Steam. [https://store.steampowered.com/app/413150/Stardew\\_Valley/](https://store.steampowered.com/app/413150/Stardew_Valley/)

"Iconoclasts": (2018) - Sandberg, J., Bifrost Entertainment, DANGEN Entertainment, Gamera Game, & INTRAGAMES CO., LTD. (2018, 23 enero). Iconoclasts [Captura de Pantalla]. Steam. <https://store.steampowered.com/app/393520/Iconoclasts/>

"Katana ZERO": (2019) - Akiisoft & Develover Digital. (2019, 18 abril). Katana ZERO [Captura de Pantalla]. Steam. [https://store.steampowered.com/app/460950/Katana\\_ZERO/](https://store.steampowered.com/app/460950/Katana_ZERO/)

"MO:Astray": (2019) - Archpray Inc. & Rayark International Limited. (2019, 25 octubre). MO:Astray [Captura de Pantalla]. Steam. <https://store.steampowered.com/app/1104660/MOAstray/>

**Fig. 19** - La vista top down, en orden de arriba abajo. "Dragon Quest"<sup>1</sup>, "Final Fantasy"<sup>2</sup> y "Pokémon"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Chunsoft, Enix, & Nintendo. (1986, 27 mayo). Dragon Quest [Captura de Pantalla]. Tecnogaming. <https://tecnogaming.com/los-juegos-clasicos-de-dragon-quest-llegan-el-27-de-septiembre/>

<sup>2</sup> Square & Nintendo. (1987, 18 diciembre). Final Fantasy [Captura de Pantalla]. Game Discourses. <https://gamediscourses.com/final-fantasy-analysis/>

<sup>3</sup> Nintendo, Creatures, & Game Freak. (1996, 27 febrero). Pokemon [Captura de Pantalla]. Gaming Hearts. <https://gamingheartscollection.net/2016/12/25/classic-gaming-pokemon-red-blue-1996/>

"Night in the Woods": (2017) - Infinite Fall & Finji. (2017, 21 febrero). Night in the Woods [Captura de Pantalla]. Steam. [https://store.steampowered.com/app/481510/Night\\_in\\_the\\_Woods/](https://store.steampowered.com/app/481510/Night_in_the_Woods/)

"Va-11 Hall-a: Cyberpunk Bartender Action": (2016) - Sukeban Games, Ysbryd Games, & AGM PLAYISM. (2016, 21 mayo). VA-11 Hall-A: Cyberpunk Bartender Action [Captura de Pantalla]. Steam. [https://store.steampowered.com/app/447530/VA11\\_HallA\\_Cyberpunk\\_Bartender\\_Action/](https://store.steampowered.com/app/447530/VA11_HallA_Cyberpunk_Bartender_Action/)

"Oxenfree": (2016) - Night School Studio. (2016, 15 enero). Oxenfree [Captura de Pantalla]. Steam. <https://store.steampowered.com/app/388880/Oxenfree/>

"Dropsy": (2019) - Tendershoot, A Jolly Corpse, & Devolver Digital. (2015, 10 septiembre). Dropsy [Captura de Pantalla]. Steam. <https://store.steampowered.com/app/274350/Dropsy/>

"What Remains of Edith Finch": (2017) - Giant Sparrow & Annapurna Interactive. (2017, 25 abril). What Remains of Edith Finch [Captura de Pantalla]. Steam. [https://store.steampowered.com/app/501300/What\\_Remains\\_of\\_Edith\\_Finch/](https://store.steampowered.com/app/501300/What_Remains_of_Edith_Finch/)

"Firewatch": (2016) - Campo Santo & Panic. (2016, 9 febrero). Firewatch [Captura de Pantalla]. Steam. <https://store.steampowered.com/app/383870/Firewatch/>

"One Shot": (2016) - Future Cat LLC & Degica. (2016, diciembre). OneShot [Captura de Pantalla]. Steam. <https://store.steampowered.com/app/420530/OneShot/>

"Unity" - Unity [Logo]. (s. f.). [JPG]. Unity Brand Portal. <https://brand.unity.com/>. Interfaz Unity. (s. f.). [Captura de Pantalla]. Elaboración propia.

"YarnSpinner" - YarnSpinner [Logo]. (s. f.). [JPG]. Yarn Spinner. <https://yarnspinner.dev/>. Interfaz YarnSpinner. (s. f.). [Captura de Pantalla]. Elaboración propia.

"Pixaki" - Pixaki [Logo]. (s. f.). [JPG]. Pixaki. <https://pixaki.com/>. Interfaz Pixaki. (s. f.). [Captura de Pantalla]. Elaboración propia.

"GitHub" - GitHub [Logo]. (s. f.). [JPG]. GitHub. <https://github.com/>. Interfaz GitHub. (s. f.). [Captura de Pantalla]. Elaboración propia.

"Bfxx" - Bfxx [Logo]. (s. f.). [JPG]. Bfxx. <https://www.bfxx.net/>. Interfaz Bfxx. (s. f.). [Captura de Pantalla]. Elaboración propia.

"Photoshop" - Adobe Photoshop [Logo]. (s. f.). [JPG]. Adobe. <https://www.adobe.com/cl/>. Interfaz Adobe Photoshop. (s. f.). [Captura de Pantalla]. Elaboración propia.

"Visual Studio Code" - Visual Studio Code [Logo]. (s. f.). [JPG]. Visual Studio Code. <https://code.visualstudio.com/>. Interfaz Visual Studio Code. (s. f.). [Captura de Pantalla]. Elaboración propia.

**Fig. 20** - Screenshots de la versión 0.0.5 de ALMA. Emilia, aconsejando a su prima, Alma. Figura de elaboración propia.

**Fig. 21** - Alma; exploraciones visuales y bocetos. Figura de elaboración propia.

**Fig. 22** - Alma; boceto conceptual definitivo de cabeza y expresiones faciales. Figura de elaboración propia.

**Fig. 23** - Alma; primer boceto de cuerpo completo, capas de ropa y paleta de colores. Figura de elaboración propia.

**Fig. 24** - Alma; prototipos (en orden de izquierda a derecha) “a”, “b”, “c” y “d” de sprites, basados directamente en arte conceptual de cuerpo completo. Figura de elaboración propia.

**Fig. 25** - Alma; en 8 perspectivas para visión 360°, en su ropa normal y en pijama. Figura de elaboración propia.

**Fig. 26** - Alma; animación cuadro a cuadro de la caminata en 8 direcciones. Figura de elaboración propia.

**Fig. 27** - Alma; “idle”. Animación cuadro a cuadro de Alma sentándose en el piso, y revisando su celular. Figura de elaboración propia.

**Fig. 28** - Alma; animación cuadro a cuadro, saludando. Figura de elaboración propia.

**Fig. 29** - Alma; animación cuadro a cuadro, sentándose en sillas. Figura de elaboración propia.

**Fig. 30** - Alma; animación cuadro a cuadro, durmiendo. Figura de elaboración propia.

**Fig. 31** -La “burbuja de diagolo” como se ve en Night in the Woods<sup>1</sup> y Broken Age<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Infinite Fall, Finji, & Father. (2017, 2 marzo). Night In The Woods - Full Game Walkthrough Gameplay & Ending (No Commentary Playthrough Longplay) [Captura de Pantalla]. Youtube. [https://www.youtube.com/watch?v=KAurdQwlrreY&t=2429s&ab\\_channel=Father](https://www.youtube.com/watch?v=KAurdQwlrreY&t=2429s&ab_channel=Father)

<sup>2</sup> Double Fine Productions & Jeff Plays Everything. (2014, 26 abril). Broken Age Full Walkthrough No Commentary [Captura de Pantalla]. Youtube. [https://www.youtube.com/watch?v=GZzuNqWNujM&t=115s&ab\\_channel=JeffPlaysEverything](https://www.youtube.com/watch?v=GZzuNqWNujM&t=115s&ab_channel=JeffPlaysEverything)

**Fig. 32** - El “cuadro de diagolo” como se ve en Stardew Valley<sup>1</sup> y Hades<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Concerned Ape & Snowcone Guy. (2017, 28 octubre). [Gameplay] Stardew Valley [Part 1/34] [No Commentary] [1440p] [60fps] [Captura de Pantalla]. Youtube. [https://www.youtube.com/watch?v=Rf05yKfVpL0&t=587s&ab\\_channel=SnowconeGuy](https://www.youtube.com/watch?v=Rf05yKfVpL0&t=587s&ab_channel=SnowconeGuy)

<sup>2</sup> Supergiant Games & Silent Longplays. (2020, 23 septiembre). [PC] Hades - No Commentary Full Playthrough [Part 1/9] [Captura de Pantalla]. Youtube. [https://www.youtube.com/watch?v=-2b7GGWNz54&t=498s&ab\\_channel=SilentLongplays](https://www.youtube.com/watch?v=-2b7GGWNz54&t=498s&ab_channel=SilentLongplays)

**Fig. 33** - Alma; expresiones faciales, en ropa de calle y en pijama. Figura de elaboración propia.

**Fig. 34** - Alma; en su cuadro de dialogo individual, descartado después de los testeos preliminares por un uso poco eficiente del espacio. Figura de elaboración propia.

**Fig. 35** - Alma; Modulos de expresion / construcción. Figura de elaboración propia.

**Fig. 36** - Alma (izquierda), su familia (arriba) y sus amigos (abajo). Figura de elaboración propia.

**Fig. 37** - Marina, boceto de concepto (izquierda), su sprite dentro del juego, con y sin chaqueta, en pijama y animación idle dentro de la casa. Figura de elaboración propia.

**Fig. 38** - Marina, expresiones faciales, en ropa de calle y en pijama. Figura de elaboración propia.

**Fig. 39** - Emilia; sprite dentro del juego. Figura de elaboración propia.

**Fig. 40** - Emilia; Bocetos conceptuales y expresiones faciales. Figura de elaboración propia.

**Fig. 41** - Flora; Idle para uso dentro de la casa. Figura de elaboración propia.

**Fig. 42** - Isaac; Sprite dentro del juego y caminata en cuatro direcciones. Figura de elaboración propia.

**Fig. 43** - Isaac; Bocetos conceptuales y expresiones faciales. Figura de elaboración propia.

**Fig. 44** - Murphy; Sprite dentro del juego. Figura de elaboración propia.

**Fig. 45** - Murphy; Boceto conceptual, expresiones faciales y caminata en dos direcciones. Figura de elaboración propia.

**Fig. 46** - Minimarket de Jenni; Lucky y Jenni II atendiendo, prueba de interfaz de usuario. Figura de elaboración propia.

**Fig. 47** - Esquema visual del departamento de Alma, Marina y Flora Velazco. Figura de elaboración propia.

**Fig. 48** - Fotografía. Vista desde un piso 26, en Ñuñoa. Figura de elaboración propia.

**Fig. 49** - Casa de Alma; espacios comunes, prueba de mediodía. Figura de elaboración propia.

**Fig. 50** - Casa de Alma; espacios comunes, prueba de tarde. Figura de elaboración propia.

**Fig. 51** - Casa de Alma; espacios comunes, prueba de noche. Figura de elaboración propia.

**Fig. 52** - Plano de Fishbowl City<sup>1</sup>, en geometría simple, junto a sus dos inspiraciones; el hospital de Venecia<sup>2</sup> y la caleta de Horcón<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Figura de elaboración propia.

<sup>2</sup> LOVE YOU SO MAT. (2013). Venice Hospital: Le Corbusier + Jullian de la Fuente [Ilustración]. LOVE YOU SO MAT, groundscrapers and so on. <https://loveyousomat.tumblr.com/post/19387879662>

<sup>3</sup> Caleta Horcón. (2018). [Fotografía]. Playa Horcón. <https://www.playahorcon.cl/playas/caleta-horcon/>

**Fig. 53** - Plano de Fishbowl City, texturizado y dividido en los cuadrantes correspondientes. Figura de elaboración propia.

**Fig. 54** - La casa de Alma; (de izquierda a derecha) su boceto original<sup>1</sup>, su resultado en hi-bit<sup>2</sup> y su referencia (Villa Frei)<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Figura de elaboración propia.

<sup>2</sup> Figura de elaboración propia.

<sup>3</sup> Casa Museo Eduardo Frei Montalva. (2015, 1 junio). Villa Frei: Zona Típica [Fotografía]. Casa Museo Eduardo Frei Montalva. <https://www.casamuseoeduardofrei.cl/villa-frei-zona-tipica/>

**Fig. 55** - Centro “la brújula”; (de izquierda a derecha) su boceto original<sup>1</sup>, su resultado en hi-bit2 y su referencia (Feria artesanal de la caleta de Horcón)<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Figura de elaboración propia.

<sup>2</sup> Figura de elaboración propia.

<sup>3</sup> Feria desde caleta. (s. f.). [Fotografía]. Galería Fotográfica. [https://www.caletahorcon.cl/galeria\\_artesanos2.htm](https://www.caletahorcon.cl/galeria_artesanos2.htm)

**Fig. 56** - Los edificios clave y sus bocetos originales. Figura de elaboración propia.

**Fig. 57** - Módulos de construcción de los edificios de relleno. Figura de elaboración propia.

**Fig. 58** - Los edificios de relleno, ordenados por color y tamaño. Figura de elaboración propia.

**Fig. 59** - “Chunks”, caracterizados a mano para su posterior posición en las calles de Fishbowl City. Figura de elaboración propia.

**Fig. 60** - Objetos de relleno para uso en texturas. Uso para playas, plazas y la caleta de pescadores. Figura de elaboración propia.

**Fig. 61** - Vista completa del distrito residencial de Fishbowl City, 70 veces el tamaño de la pantalla del jugador. Figura de elaboración propia.

**Fig. 62** - Ejemplos de splash screen, en orden de arriba a abajo. De personaje<sup>1</sup>; Florence<sup>1a</sup> y Hades<sup>1b</sup>. Minimalistas<sup>2</sup>; Dark Souls III<sup>2a</sup> y Final Fantasy XIII<sup>2b</sup>. Atmosfericas<sup>3</sup>; Celeste<sup>3a</sup> y Ori and the Will of the Wisps<sup>3b</sup>.

<sup>1a</sup> Mountains & Annapurna Interactive. (2020, 13 febrero). Florence splash screen [Captura de Pantalla]. Figura de elaboración propia.

<sup>1b</sup> Supergiant Games. (2020, 17 septiembre). Hades splash screen [Captura de Pantalla]. Figura de elaboración propia.

<sup>2a</sup> FromSoftware, Inc. & BANDAI NAMCO Entertainment. (2016, 11 abril). DARK SOULS III splash screen [Captura de Pantalla]. Figura de elaboración propia.

<sup>2b</sup> Square Enix. (2014, 9 octubre). FINAL FANTASY® XIII splash screen [Captura de Pantalla]. Figura de elaboración propia.

<sup>3a</sup> Extremely OK Games, Ltd. & Matt Makes Games Inc. (2018, 25 enero). Celeste splash screen [Captura de Pantalla]. Figura de elaboración propia.

<sup>3b</sup> Moon Studios GmbH & Xbox Game Studios. (2020, 11 marzo). Ori and the Will of the Wisps splash screen [Captura de Pantalla]. Figura de elaboración propia.

**Fig. 63** - Fotografías de espacios de trabajo, estudio y juego reales. Figura de elaboración propia.

**Fig. 64** - Línea de desarrollo de splash screen. Figura de elaboración propia.

**Fig. 65** - Versión final de la splash screen. Con efectos de iluminación. Figura de elaboración propia.

**Fig. 66** - Versión final del menú de pausa. Figura de elaboración propia.

**Fig. 67** - Ilustración de inicio, Alma y su mamá, en su ceremonia de graduación del colegio. Figura de elaboración propia.

**Fig. 68** - Segunda ilustración de inicio, animada. Figura de elaboración propia.

**Fig. 69** - Captura de pantalla de la interfaz de “Bfxr” Figura de elaboración propia.

**Fig. 70** - El “button prompt”, cuadros de animación y vista dentro del DEMO. Figura de elaboración propia.

**Fig. 71** - Preguntas para participantes del testeo. Figura de elaboración propia.

**Fig. 72** - “La venganza de Emi” en la versión 0.0.4 del DEMO. Figura de elaboración propia.

**Fig. 73** - “La risa de Isaac” mientras se burla de Alma, en la versión 0.0.4 del DEMO. Figura de elaboración propia.

**Fig. 74** - “ALMA”; logo para el proyecto. Figura de elaboración propia.

**Fig. 75** - Principales referentes de logo y paleta de colores para el branding del proyecto<sup>1234</sup>.

<sup>1</sup> Sukeban Games, Ysbryd Games, & AGM PLAYISM. (2016, 21 mayo). VA-11 Hall-A: Cyberpunk Bartender Action [Header de tienda]. Steam. [https://store.steampowered.com/app/447530/VA11\\_HallA\\_Cyberpunk\\_Bartender\\_Action/](https://store.steampowered.com/app/447530/VA11_HallA_Cyberpunk_Bartender_Action/)

<sup>2</sup> Oracle and Bone. (2020, 23 abril). A Summer’s End - Hong Kong 1986 [Header de tienda]. Steam. [https://store.steampowered.com/app/1111370/A\\_Summers\\_End\\_\\_Hong\\_Kong\\_1986/](https://store.steampowered.com/app/1111370/A_Summers_End__Hong_Kong_1986/)

<sup>3</sup> Theta Division & Blood Music. (2020, 12 mayo). VirtuaVerse [Header de tienda]. Steam. <https://store.steampowered.com/app/1019310/VirtuaVerse/>

<sup>4</sup> Akiisoft & Develover Digital. (2019, 18 abril). Katana ZERO [Header de tienda]. Steam. [https://store.steampowered.com/app/460950/Katana\\_ZERO/](https://store.steampowered.com/app/460950/Katana_ZERO/)

“Fellow Traveler” - Fellow Traveller. (s. f.). About Fellow Traveller. Recuperado 5 de enero de 2022, de <https://www.fellowtraveller.games/about>

“Whitethorn Gamer” - Whitethorn Games. (s. f.). About Whitethorn Games. Recuperado 5 de enero de 2022, de <https://whitethorngames.com/>

“Chucklefish” - Chucklefish. (s. f.). Our Story. Recuperado 5 de enero de 2022, de <https://chucklefish.org/about/>

“WINGS” - WINGS Interactive. (s. f.). About WINGS Interactive. WINGS. Recuperado 5 de enero de 2022, de <https://wingsfund.me/for-the-press/>

**Fig. 76** - Tablas de costos generales del proyecto, proyectado a un año de trabajo. Figura de elaboración propia, disponible en <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1diY7Fmh3iEcegHpwTguHJGHYgA6kM2Zw/edit?usp=sharing&ouid=111139209883100254154&rtppf=true&sd=true>.

**Model Business Canvas** - Strategyzer AG. (s. f.). Business Model Canvas – Download the Official Template. Strategyzer. <https://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>



## Bibliografía [Textos].

- Auger, P., & Douglas-Fairhurst, R. (2010). *The Anthem Dictionary of Literary Terms and Theory* (First Edition, First ed.). Anthem Press.
- Arnett, J. J. (2000a). *Emerging adulthood: Prospects for the 21st century*. Manuscript submitted for publication.
- Arnett, J. J. (2000b). High hopes in a grim world: Emerging adults' views of their futures and of 'Generation X'. *Youth & Society*, 31,267-286.
- Arnett, J. J. (2000c). *Emerging Adulthood. A Theory of Development From the Late Teens Through the Twenties*. The American Psychological Association, Inc. 0003, Vol. 55. No. 5, 469-480.
- Arnett, J. J. (2007). Suffering, selfish, slackers? Myths and reality about emerging adults. *Journal of Youth and Adolescence*, 36(1), 23–29.
- Barrera-Herrera, A., & Vinet, E. V. (2017). Adulthood Emergente y características culturales de la etapa en universitarios chilenos. *Terapia psicológica*, 35(1), 47-56. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-48082017000100005>
- Benyahia, C. S., Gaffney, F., & White, J. (2006). *As Film Studies: The Essential Introduction;Essentials Series* (1.a ed.). Routledge.
- Brandes, J. (2019). *Women in Game Development, breaking the glass level-cap*. CRC Press. Taylor & Francis Group.
- Carless, S. (2020, 28 diciembre). What makes for a good game publishing contract? 2. *Game Developer*. <https://www.gamedeveloper.com/disciplines/what-makes-for-a-good-game-publishing-contract-2>
- Chucklefish. (s. f.). *Our Story*. Recuperado 5 de enero de 2022, de <https://chucklefish.org/about/>
- Dale, C., & Overell, R. (2018). *Orienting Feminism, Activism and Cultural Representation* (1.a ed.). Springer Publishing. [https://www.researchgate.net/publication/323671344\\_Introduction\\_Orienting\\_Feminism\\_Media\\_Activism\\_and\\_Cultural\\_Representation](https://www.researchgate.net/publication/323671344_Introduction_Orienting_Feminism_Media_Activism_and_Cultural_Representation)
- Dahya, N., Jenson, J., & Fong, K. (2017). (En)gendering videogame development: A feminist approach to gender, education, and game studies. *The Review of Education/pedagogy/cultural Studies*, 39(4), 367-390.
- Esposito, N. (2005) A Short and Simple Definition of What a Videogame Is [Conference presentation]. (Ed) DiGRA 2005: Changing Views: Worlds in Play, 2005 International Conference. Vancouver, Canadá.
- Ettenhofer, V. (2020, 18 junio). The 50 Best Coming of Age Movies Ever. *Film School Rejects*. Recuperado 24 de diciembre de 2021, de <https://filmschoolrejects.com/best-coming-of-age-movies/>
- Fellow Traveller. (s. f.). *About Fellow Traveller*. Recuperado 5 de enero de 2022, de <https://www.fellowtraveller.games/about>
- Hocking, C. (2007). Ludonarrative Dissonance in Bioshock. *click nothing: design from a long time ago*. *Click Nothing*. [https://clicknothing.typepad.com/click\\_nothing/2007/10/ludonarrative-d.html](https://clicknothing.typepad.com/click_nothing/2007/10/ludonarrative-d.html)
- Isbister, K. (2017). *How games move us : Emotion by design* (Playful thinking).
- Kohl, A. B. (2016). *Video game addiction and motivation in emerging adults: A person-centered approach*. ProQuest Dissertations Publishing.
- Lien, T. (2013). NO GIRLS ALLOWED. *Polygon*. <https://www.polygon.com/features/2013/12/2/5143856/no-girls-allowed>
- Levis, D. (1997). Los videojuegos, un fenómeno de masas. *Paidós Papeles de Comunicación*, 17.
- Madsen, J (2016). The Hi-Bit Era. *D-Pad Studio*. <http://dpadstudio.com/Blog/postHibit.html>
- Marks, T. (2020, 14 enero). Report: Steam's 30% Cut Is Actually the Industry Standard. *IGN*. <https://www.ign.com/articles/2019/10/07/report-steams-30-cut-is-actually-the-industry-standard>
- Newman, J.A. (2004). *Videogames*. Routledge (1ed).
- Newman, J. A. (2008). *Playing with Videogames*. Routledge.


- O'Donnell, J. (2021, 9 abril). How Different Cultures Recognize a Child's Coming of Age. Verywell Family. Recuperado 24 de diciembre de 2021, de <https://www.verywellfamily.com/what-does-coming-of-age-mean-3288528>
- Paaßen, B., Morgenroth, T.a. & Stratemeyer, M. (2016). What is a True Gamer? The Male Gamer Stereotype and the Marginalization of Women in Video Game Culture. *Sex Roles*, 76(7-8), 421-435.
- Pearce, C. (2002). Story as Play Space. En L. King (Ed.), *Game On: The History and Culture of Videogames*. (pp. 112–119). Laurence King Publishing.
- Poole, S. (2002). Character Forming. En L. King (Ed.), *Game On: The History and Culture of Videogames*. (pp. 76–85). Laurence King Publishing.
- Sharp, D. & Endava. (2020). THE VIDEO GAMING INDUSTRY: INVESTING IN A VOLATILE MARKET ENVIRONMENT. Endava private equity group. <https://privateequity.endava.com/en/Insights/Technology-Trends/the-video-gaming-industry-investing-in-a-volatile-market-environment>
- Swink, S. (2008). *Game Feel: A Game Designer's Guide to Virtual Sensation*. CRC Press.
- Taylor, A. (2002). My Story: Girls Playing Games. En L. King (Ed.), *Game On: The History and Culture of Videogames*. (pp. 56–57). Laurence King Publishing.
- Turner L. (2011) *Metamodernist Manifesto*. <http://www.metamodernism.org/>
- TV Tropes. (s. f.). Tropes. Recuperado 4 de enero de 2022, de <https://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/Tropes>
- Wilberg, H. M. (2011). What's in a Game? Race, Gender, and LGB Representation in Video Games. ProQuest Dissertations Publishing.
- Whitethorn Games. (s. f.). About Whitethorn Games. Recuperado 5 de enero de 2022, de <https://whitethorngames.com/>
- Wikipedia contributors. (2021a, 9 diciembre). Third generation of video game consoles. Wikipedia. [https://en.wikipedia.org/wiki/Third\\_generation\\_of\\_video\\_game\\_consoles](https://en.wikipedia.org/wiki/Third_generation_of_video_game_consoles)
- Wikipedia contributors. (2021b, diciembre 24). Fourth generation of video game consoles. Wikipedia. [https://en.wikipedia.org/wiki/Fourth\\_generation\\_of\\_video\\_game\\_consoles](https://en.wikipedia.org/wiki/Fourth_generation_of_video_game_consoles)
- Wikipedia contributors. (2021c, noviembre 16). Fifth generation of video game consoles. Wikipedia. [https://en.wikipedia.org/wiki/Fifth\\_generation\\_of\\_video\\_game\\_consoles](https://en.wikipedia.org/wiki/Fifth_generation_of_video_game_consoles)
- WINGS Interactive. (s. f.). About WINGS Interactive. WINGS. Recuperado 5 de enero de 2022, de <https://wingsfund.me/for-the-press/>
- Zimmerman, E. (2002). Do Independent Games Still Exist? En L. King (Ed.), *Game On: The History and Culture of Videogames*. (pp. 120–129). Laurence King Publishing.
- Zimmerman, E., & Salen Tekinbas, K. (2003). *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. The MIT Press.

# Game Developers Conference [GDC].

- Abernathy T. (2013). Secret Sauce: How Diversity in Your Game Narrative = More Players and More Money (oh, and a better game too). Game Developers Conference [GDC] Independent Games Summit [Archivo de video]. <https://www.gdcvault.com/play/1018021/Secret-Sauce-How-Diversity-in>
- Austin L., Hummel C., Lyons R., Thavirat J., & Stafsnes S. (2017). Creating Compelling Characters: Insights from a Panel of Character Concept Artists. Game Developers Conference [GDC] Independent Games Summit [Archivo de video]. <https://www.gdcvault.com/play/1024290/Creating-Compelling-Characters-Insights-from>
- Benson, S. (2018). Nuke Possum Springs: A 'Night in the Woods' Design Postmortem. Game Developers Conference [GDC] Independent Games Summit [Archivo de video]. [www.gdcvault.com/play/1024984/Nuke-Possum-Springs-A-Night](http://www.gdcvault.com/play/1024984/Nuke-Possum-Springs-A-Night)
- Cox M. [GDC]. (2016). Marketing Fundamentals for New Developers. Game Developers Conference [GDC] Independent Games Summit [Archivo de video]. [https://www.youtube.com/watch?v=Q5tyX\\_IBTXA](https://www.youtube.com/watch?v=Q5tyX_IBTXA)
- Dwyer, C. (2017). (Opportunity) Cost Effective Marketing & PR for Indies. Game Developers Conference [GDC] Independent Games Summit [Archivo de video]. [www.gdcvault.com/play/1024116/\(Opportunity\)-Cost-Effective-Marketing-PR](http://www.gdcvault.com/play/1024116/(Opportunity)-Cost-Effective-Marketing-PR)
- Grey, L. (2018). How to Write Games for the Internet without Embarrassing Yourself. Game Developers Conference [GDC] Independent Games Summit [Archivo de video]. [www.gdcvault.com/play/1025159/How-to-Write-Games-for](http://www.gdcvault.com/play/1025159/How-to-Write-Games-for)
- Grey, L. (2019). Dream Daddies and Fearful Fathers: How Indies Can Cope with Being Terminally Online'. Game Developers Conference [GDC] Independent Games Summit [Archivo de video]. [www.gdcvault.com/play/1025671/Dream-Daddies-and-Fearful-Fathers](http://www.gdcvault.com/play/1025671/Dream-Daddies-and-Fearful-Fathers)
- Haggis, M. (2017). Storytelling Tools to Boost Your Indie Game's Narrative and Gameplay. Game Developers Conference [GDC] Independent Games Summit [Archivo de video]. <https://www.gdcvault.com/play/1024157/Storytelling-Tools-to-Boost-Your>
- Halberstadt, E. (2018). How Sound Tells the Story of 'Night in the Woods'. Game Developers Conference [GDC] Independent Games Summit [Archivo de video]. <https://www.gdcvault.com/play/1025155/How-Sound-Tells-the-Story>
- Hutchinson, T. (2018) 'Dream Daddy': How Game Grumps Created Player Inclusivity and You Can Too. Game Developers Conference [GDC] Independent Games Summit [Archivo de video]. [www.gdcvault.com/play/1024938/-Dream-Daddy-How-Game](http://www.gdcvault.com/play/1024938/-Dream-Daddy-How-Game)
- Johnson E. (2018). Know Your Market: Making Indie Games That Sell. Game Developers Conference [GDC] Independent Games Summit [Archivo de video]. [www.gdcvault.com/play/1024974/Know-Your-Market-Making-Indie](http://www.gdcvault.com/play/1024974/Know-Your-Market-Making-Indie)
- Manning, J. (2017). Making 'Night in the Woods' Better with Open Source. Game Developers Conference [GDC] Independent Games Summit [Archivo de video]. [www.gdcvault.com/play/1024197/Making-Night-in-the-Woods](http://www.gdcvault.com/play/1024197/Making-Night-in-the-Woods)
- Plummer, T. . (2020). Skill-Building Series: Pixel Art and Animation in the Hi-Bit Age. Game Developers Conference [GDC] Online Student Program [Archivo de video]. <https://www.gdcvault.com/play/1026805/Skill-Building-Series-Pixel-Art>
- Robinson-Yu, A. (2020). Crafting A Tiny Open World: 'A Short Hike' Postmortem. Game Developers Conference [GDC] Independent Games Summit [Archivo de video]. [www.gdcvault.com/play/1026613/Independent-Games-Summit-Crafting-A](http://www.gdcvault.com/play/1026613/Independent-Games-Summit-Crafting-A)
- Stafsnes Andersen, S. (2017). Owlboy: The Motivational Power of Inspiration. Game Developers Conference [GDC] [Archivo de video]. <https://www.gdcvault.com/play/1024279/-Owlboy-The-Motivational-Power>

# Anexos

## Consentimiento informado para testeos.

 **diseño|uc**

**Consentimiento informado**

Estimado(a) tutor/apoderado:

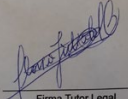

El motivo de esta carta es para contar con el consentimiento de su hijo/pupilo para un proyecto académico de la Escuela de Diseño de la Universidad Católica.


El proyecto se llama "Alma". Es un videojuego de carácter experimental dirigido a jóvenes entre 17 y 23 años, donde se sigue a la titular Alma quien explora su relación con el mundo exterior mientras ella va en busca de su vocación. Este es un proyecto de Tesis de la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile para optar al título profesional de Diseñador. Desarrollado por Catalina Céspedes bajo la tutela del profesor Patricio Pozo.

Para el efectivo desarrollo del proyecto es necesaria una serie de testeos de carácter voluntario con usuarios de diversos perfiles. El cual consiste en que el usuario pruebe el juego y se le harán una serie de entrevistas y preguntas de respuestas abiertas. A modo de registro será necesario grabar y fotografiar a los participantes con la finalidad de recopilar sus opiniones y experiencias de juego de la manera más fidedigna posible.

Este material será de uso estrictamente académico, y excluyen restrictivamente la circulación de la información en plataformas digitales, redes sociales o fines comerciales. A este material solo podrán acceder la alumna Catalina Céspedes, el profesor guía Patricio Pozo y los profesores de la comisión evaluadora.

Yo Flavia Julio, tutor legal de Cristóbal Palma a la fecha 01/07/2022, entiendo lo anterior y doy mi consentimiento para la participación del menor en los testeos mencionados.

 Firma Tutor Legal.  Firma Menor de Edad.

 **diseño|uc**

**Consentimiento informado**

Estimado(a) tutor/apoderado:



El motivo de esta carta es para contar con el consentimiento de su hijo/pupilo para un proyecto académico de la Escuela de Diseño de la Universidad Católica.


El proyecto se llama "Alma". Es un videojuego de carácter experimental dirigido a jóvenes entre 17 y 23 años, donde se sigue a la titular Alma quien explora su relación con el mundo exterior mientras ella va en busca de su vocación. Este es un proyecto de Tesis de la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile para optar al título profesional de Diseñador. Desarrollado por Catalina Céspedes bajo la tutela del profesor Patricio Pozo.

Para el efectivo desarrollo del proyecto es necesaria una serie de testeos de carácter voluntario con usuarios de diversos perfiles. El cual consiste en que el usuario pruebe el juego y se le harán una serie de entrevistas y preguntas de respuestas abiertas. A modo de registro será necesario grabar y fotografiar a los participantes con la finalidad de recopilar sus opiniones y experiencias de juego de la manera más fidedigna posible.

Este material será de uso estrictamente académico, y excluyen restrictivamente la circulación de la información en plataformas digitales, redes sociales o fines comerciales. A este material solo podrán acceder la alumna Catalina Céspedes, el profesor guía Patricio Pozo y los profesores de la comisión evaluadora.

Yo Hector Véliz Oguin, tutor legal de Manuel Véliz Gómez a la fecha 05/01/2022, entiendo lo anterior y doy mi consentimiento para la participación del menor en los testeos mencionados.

 Firma Tutor Legal.  Firma Menor de Edad.

 **diseño|uc**

**Consentimiento informado**

Estimado(a) tutor/apoderado:



El motivo de esta carta es para contar con el consentimiento de su hijo/pupilo para un proyecto académico de la Escuela de Diseño de la Universidad Católica.


El proyecto se llama "Alma". Es un videojuego de carácter experimental dirigido a jóvenes entre 17 y 23 años, donde se sigue a la titular Alma quien explora su relación con el mundo exterior mientras ella va en busca de su vocación. Este es un proyecto de Tesis de la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile para optar al título profesional de Diseñador. Desarrollado por Catalina Céspedes bajo la tutela del profesor Patricio Pozo.

Para el efectivo desarrollo del proyecto es necesaria una serie de testeos de carácter voluntario con usuarios de diversos perfiles. El cual consiste en que el usuario pruebe el juego y se le harán una serie de entrevistas y preguntas de respuestas abiertas. A modo de registro será necesario grabar y fotografiar a los participantes con la finalidad de recopilar sus opiniones y experiencias de juego de la manera más fidedigna posible.

Este material será de uso estrictamente académico, y excluyen restrictivamente la circulación de la información en plataformas digitales, redes sociales o fines comerciales. A este material solo podrán acceder la alumna Catalina Céspedes, el profesor guía Patricio Pozo y los profesores de la comisión evaluadora.

Yo Andrés Pérez O., tutor legal de Lucas Pérez N. a la fecha 17/07/22, entiendo lo anterior y doy mi consentimiento para la participación del menor en los testeos mencionados.

 Firma Tutor Legal.  Firma Menor de Edad.

 **diseño|uc**

**Consentimiento informado**

Estimado(a) tutor/apoderado:



El motivo de esta carta es para contar con el consentimiento de su hijo/pupilo para un proyecto académico de la Escuela de Diseño de la Universidad Católica.


El proyecto se llama "Alma". Es un videojuego de carácter experimental dirigido a jóvenes entre 17 y 23 años, donde se sigue a la titular Alma quien explora su relación con el mundo exterior mientras ella va en busca de su vocación. Este es un proyecto de Tesis de la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile para optar al título profesional de Diseñador. Desarrollado por Catalina Céspedes bajo la tutela del profesor Patricio Pozo.

Para el efectivo desarrollo del proyecto es necesaria una serie de testeos de carácter voluntario con usuarios de diversos perfiles. El cual consiste en que el usuario pruebe el juego y se le harán una serie de entrevistas y preguntas de respuestas abiertas. A modo de registro será necesario grabar y fotografiar a los participantes con la finalidad de recopilar sus opiniones y experiencias de juego de la manera más fidedigna posible.

Este material será de uso estrictamente académico, y excluyen restrictivamente la circulación de la información en plataformas digitales, redes sociales o fines comerciales. A este material solo podrán acceder la alumna Catalina Céspedes, el profesor guía Patricio Pozo y los profesores de la comisión evaluadora.

Yo Alfonso Novoa B., tutor legal de Tomás López Novoa a la fecha 03/01/22, entiendo lo anterior y doy mi consentimiento para la participación del menor en los testeos mencionados.

 Firma Tutor Legal.  Firma Menor de Edad.

 **diseño|uc**

**Consentimiento informado**

Estimado(a) tutor/apoderado:



El motivo de esta carta es para contar con el consentimiento de su hijo/pupilo para un proyecto académico de la Escuela de Diseño de la Universidad Católica.


El proyecto se llama "Alma". Es un videojuego de carácter experimental dirigido a jóvenes entre 17 y 23 años, donde se sigue a la titular Alma quien explora su relación con el mundo exterior mientras ella va en busca de su vocación. Este es un proyecto de Tesis de la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile para optar al título profesional de Diseñador. Desarrollado por Catalina Céspedes bajo la tutela del profesor Patricio Pozo.

Para el efectivo desarrollo del proyecto es necesaria una serie de testeos de carácter voluntario con usuarios de diversos perfiles. El cual consiste en que el usuario pruebe el juego y se le harán una serie de entrevistas y preguntas de respuestas abiertas. A modo de registro será necesario grabar y fotografiar a los participantes con la finalidad de recopilar sus opiniones y experiencias de juego de la manera más fidedigna posible.

Este material será de uso estrictamente académico, y excluyen restrictivamente la circulación de la información en plataformas digitales, redes sociales o fines comerciales. A este material solo podrán acceder la alumna Catalina Céspedes, el profesor guía Patricio Pozo y los profesores de la comisión evaluadora.

Yo Suzanna Mellado Huelmo, tutor legal de Tomás Jara Mellado a la fecha 02/01/22, entiendo lo anterior y doy mi consentimiento para la participación del menor en los testeos mencionados.

 Firma Tutor Legal.  Firma Menor de Edad.

 **diseño|uc**

**Consentimiento informado**

Estimado(a) tutor/apoderado:



El motivo de esta carta es para contar con el consentimiento de su hijo/pupilo para un proyecto académico de la Escuela de Diseño de la Universidad Católica.

El proyecto se llama "Alma". Es un videojuego de carácter experimental dirigido a jóvenes entre 17 y 23 años, donde se sigue a la titular Alma quien explora su relación con el mundo exterior mientras ella va en busca de su vocación. Este es un proyecto de Tesis de la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile para optar al título profesional de Diseñador. Desarrollado por Catalina Céspedes bajo la tutela del profesor Patricio Pozo.

Para el efectivo desarrollo del proyecto es necesaria una serie de testeos de carácter voluntario con usuarios de diversos perfiles. El cual consiste en que el usuario pruebe el juego y se le harán una serie de entrevistas y preguntas de respuestas abiertas. A modo de registro será necesario grabar y fotografiar a los participantes con la finalidad de recopilar sus opiniones y experiencias de juego de la manera más fidedigna posible.

Este material será de uso estrictamente académico, y excluyen restrictivamente la circulación de la información en plataformas digitales, redes sociales o fines comerciales. A este material solo podrán acceder la alumna Catalina Céspedes, el profesor guía Patricio Pozo y los profesores de la comisión evaluadora.

Yo Patricio Canales, tutor legal de Lucas Canales a la fecha 17/1/22, entiendo lo anterior y doy mi consentimiento para la participación del menor en los testeos mencionados.

 Firma Tutor Legal.  Firma Menor de Edad.

