



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

DISEÑO | UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño

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

pucotú

puertas como túneles

Autor | Fernando Gajardo Fuentealba
Profesor guía | Ricardo Vega Mora

Marzo 2022 | Santiago, Chile

pucotú 
puertas como túneles

Agradecimientos

Gracias a mi familia que me entregó un espacio de apoyo incondicional, siempre teniendo un lugar donde recurrir frente a cualquier situación

A mis amigos, principalmente a las wevito que me dieron un espacio donde crecer, apoyarme y conocerme; a mi grupo de juego que logró crear espacio donde logré disfrutar mi pasión a la vez que los conocía y vinculaba.

A mi profesor guía Ricardo, por generar un espacio de entendimiento y apoyarme durante las distintas etapas de mi proceso, además de ser un gran profesor

Finalmente, gracias a los juegos, sus creadores y participantes que aportaran a que sea la persona que soy hoy.

Contenidos

01. Introducción

| | |
|------------------------------------|----|
| 01.1 Introducción | .8 |
| 01.2 Motivación personal | .9 |

02. Marco teórico

| | |
|--|-----|
| 02.1 Introducción Marco teórico | .11 |
| 02.2 Sentimientos de soledad y compañía en la contemporaneidad. | .12 |
| Distintas perspectivas sobre soledad y compañía | .13 |
| Relaciones afectivas y sentimientos de soledad en adolescentes | .14 |
| Consecuencias de la soledad y herramientas de apoyo | .16 |
| 02.3 Nuevas espacios de expresión: “Espacios digitales” | .18 |
| Espacios digitales como nuevos espacios de expresión | .19 |
| Redes sociales y sus características como espacio digital | .20 |
| Problemas y consecuencias de los espacios digitales | .22 |
| 02.4 Videojuegos, el juego como un medio digital | .24 |
| El juego y sus definiciones | .25 |
| Reglas y temáticas: Cómo moldear el jugar | .26 |
| Videojuegos en la transformación de la era digital | .30 |

03. Formulación del proyecto

| | |
|--|-----|
| 03.1 Contexto de implementación. | .33 |
| 03.2 Oportunidad de Diseño | .34 |
| 03.3 Formulación y objetivos | .35 |
| 03.4 Usuario | .37 |

04. Antecedentes y referentes

| | |
|-----------------------------|-----|
| 04.1 Antecedentes | .39 |
| 04.2 Referentes | .41 |

05. Proceso de Diseño

| | |
|---|-----|
| 05.1 Metodología de desarrollo. | .44 |
| 05.2 Requerimientos. | .46 |
| 05.3 Principales hallazgos. | .48 |
| 05.4 Definición elementos principales | .49 |
| 05.5 Resolución de la forma | .53 |

- 05.6 Testeos e iteraciones55
 - Prototipo 1: Estética y gráfica56
 - Prototipo 2: Visualización de puertas58
 - Prototipo 3: Fiesta de Té62
 - Prototipo 4: Tarjetas diarias64
- 06. Propuesta final
 - 06.1 Propuesta formal66
 - 06.2 Decisiones gráficas.76
 - 06.3 Implementación78
- 07. Conclusión
 - 07.1 Proyecciones.81
 - 07.2 Conclusión82
- 08. Referencias
 - 08.1 Referencias84

01. Introducción



01. Introducción

01.1 Introducción

La soledad es un sentimiento que todos como seres humanos hemos llegado a experimentar en algún momento de nuestras vidas, para algunos puede sentirse al momento de independizarse y vivir solos, como en otros puede sentirse incluso en una sala llena de gente. Somos seres sociales y necesitamos de otros para vivir, pero muchas veces no encontramos lo que esperamos en los demás y nos aislamos.

Los avances tecnológicos que se han desarrollado en los últimos años, tales como el internet; las redes sociales; entre otros, han cambiado la forma que nos comunicamos e interactuamos día a día, un ejemplo de esto es cuánto se han

facilitado las comunicaciones, a tal punto que se pensaría que tendemos a comunicarnos más en relación a épocas pasadas, sin embargo se genera un efecto contrario, una facilidad para aislarnos.

Ante esta problemática se presentan los juegos como una oportunidad para generar vínculos significativos entre las personas. Los videojuegos pueden ser una herramienta para crear comunidades de juego y por tanto vínculos digitales, por lo que son una potencial herramienta de acompañamiento para quienes puedan sentirse deprimidos debido a la soledad vivida.

01.2 Motivación personal

Desde que tengo memoria los juegos han sido un aspecto importante en mi vida, siendo el principal espacio en donde crearía algunos de mis primeros vínculos de amistad, vínculos que perduran hasta el día de hoy.

Para una persona introvertida como yo, ir a la plaza cercana a mi casa a jugar inicialmente era incómodo, tenía que presentarme a los demás niños que ya estaban ahí y expresar mi interés por compartir para jugar con ellos, lo cual para mí era un desafío, una carga que incluso me empujaba a no acercarme.

Por suerte, con ayuda de mi hermano y mi vecino, los cuales tenían una mayor facilidad para integrarse a grupos, logré ser partícipe de los juegos en la plaza, donde con el tiempo me fui dando cuenta de que el acto de jugar de alguna forma rompe esta barrera de conocer o vincularse con alguien, sin necesidad siquiera de preguntarse si nos llevaríamos bien con el otro o su nombre, durante el juego todos los que estábamos ahí teníamos como única misión cumplir el objetivo o desafío que presentaba el juego.

El acto de vincularse pasaba a segundo plano, pero de igual manera se iban generando lazos en el transcurso del juego, conociendo a la otra persona en un contexto distinto, con reglas, interacciones y tiempos moldeados por el juego, haciendo personalmente un ambiente perfecto para hacer amigos.

Ya un poco más grande los juegos en la plaza se transformaron en videojuegos en línea, donde mediante chat de voz compartía con amigos y conocía nuevas personas, siendo mi principal compañía durante años. Esto se fue haciendo más evidente en momentos de angustia y soledad, donde me descubría volviendo a los espacios de juego, más allá del jugar, buscando compartir y estar con otras personas.

Es desde este sentimiento que surge el proyecto, entender que los juegos pueden ser una ayuda para momentos de soledad y que esta experiencia de soporte que yo he tenido, pueda replicarse a otras personas que se sienten solas. En otras palabras, mi proyecto busca de alguna manera devolverle la mano o expresar lo que los juegos me han entregado durante mi vida.

02. Marco teórico



02. Marco teórico

02.1 Introducción Marco teórico

El presente proyecto tuvo una línea investigativa que abarcó distintos ámbitos, los cuales se explican primeramente de manera aislada, para posteriormente incorporarse en el desarrollo del proyecto. Los principales ámbitos abarcados son: Sentimientos de soledad y compañía, espacios de expresión digital y el videojuego como medio digital.

Esto permitirá tener una visión general de los ámbitos que se busca abordar con el videojuego, comenzando por describir qué son los sentimientos de soledad y compañía y cómo estos se hacen presentes en la contemporaneidad. Tras esto se analiza cómo nos expresamos en los nuevos medios digitales que existen, desde redes sociales hasta foros de internet. Finalmente se presenta el juego como un medio y cómo este puede ser usado como una herramienta de diseño.

02.2 Sentimientos de soledad y compañía en la contemporaneidad

Distintas perspectivas sobre soledad y compañía

En primer lugar, es necesario definir qué entendemos por soledad y compañía. Un punto de partida es lo descrito en el libro “Loneliness: a sourcebook of current theory, research and therapy” (Peplau y Perlman, 1982) donde los editores y colaboradores dan una de las primeras bases sobre el sentimiento de la soledad, de la cual se rescatan dos definiciones claves en relación al proyecto:

La soledad es la sensación desagradable que ocurre cuando la red de relaciones sociales de una persona es deficiente de alguna manera importante, ya sea cuantitativa o cualitativamente. (Peplau y Perlman, 1981, como se citó en Peplau et al., 1982)

La soledad es un sentimiento que una persona vive cuando experimenta deseos de alguna forma o nivel de interacción diferente a la que está viviendo en el presente (Lopata, 1969, como se citó en Peplau et al., 1982)

La mayoría de estas definiciones coinciden en tres puntos principales. Primero, la soledad resulta de algún tipo de deficiencia en las relaciones sociales de una persona; en segundo lugar, la soledad es una experiencia subjetiva, no es sinónimo de aislamiento social objetivo; finalmente la experiencia de soledad es desagradable y estresante. (Peplau et al., 1982).

Teniendo esto en cuenta, es posible afirmar que la compañía es una respuesta a los sentimientos de soledad que puede, o no, responder a las características subjetivas, tales como cercanía, duración y dinámicas entre otras, que cada uno siente necesarias de la relación con otra persona, haciendo que la compañía que se busca, pueda ser muy distinta entre cada persona y por tanto, imposibilitando la generalización acerca de la compañía como una solución absoluta de la soledad.

Otro concepto relevante a considerar a partir de las definiciones anteriores es la llamada “soledad no deseada”, la cual se explica como el sentimiento causado por la discrepancia entre las características reales de nuestra red social

y las deseadas (Martín Roncero y González-Rábago, 2021). Esto da indicios de que existiría la “soledad deseada” o voluntaria, que se podría describir como la coincidencia entre las expectativas de relaciones sociales y la realidad.

Relaciones afectivas y sentimientos de soledad en adolescentes

Los sentimientos de soledad se hacen más relevantes aún cuando se habla de adolescentes, donde estudios realizados a distintos grupos etarios, mostró que existe más soledad entre adolescentes que cualquier otro grupo etario (Peplau et al., 1982). Esto se intensifica si nos posicionamos en el contexto actual de pandemia por Covid-19, ya que debido al distanciamiento físico y cuarentena, los jóvenes se han visto privados de ritos significativos propios de esta edad, haciéndolos el grupo que se ha visto afectada su salud mental en mayor medida. (Diario UChile, 2021).

Para entender por qué la soledad afecta de esta manera a los adolescentes es necesario explicar las cualidades de este grupo que provoca sentimientos de soledad. El primero de estos factores, es la cantidad de cambios disruptivos que experimentan durante la adolescencia, causando la creación de nuevas expectativas sociales que no pueden ser realmente satisfechas por los demás (Peplau et al. 1982). Generando una discrepancia entre estas expectativas con la realidad percibida.

A los cambios que se van viviendo, se agrega el proceso de formación de identidad que se vive durante esta edad. Tomando el modelo expuesto por Marcia (1966), se puede describir la formación de identidad durante la adolescencia en dos dimensiones, “exploración” y “compromiso”. La primera dimensión se refiere a la cantidad y variedad de identidades con las que un joven se puede identificar durante su proceso de creación. Por el otro lado, con cada identidad explorada se presenta la segunda dimensión que se refiere al compromiso o apego que se tiene con estas. De esta forma, el adolescente explora y se compromete con diversas identidades donde de a poco logra ir encontrando su propia identidad, haciendo esta edad un periodo de mucha introspección y cambios de la manera de verse a sí mismo en la sociedad.

De la misma forma, el cuestionamiento de la identidad propia, se asocia con una tendencia mayor a dirigir la atención en uno mismo, en sus propios sentimientos y pensamientos en vez de los del resto (Rotenberg y Hymel, 1999) haciendo que exista una mayor afinidad al estar solo o pensar desde una mirada en sí mismo, logrando que se cree una tendencia a la soledad.

Esta constante exploración, definición y compromiso por diversas identidades, sumados a cambios físicos y afinidad con el estar solo, contribuye a que el adolescente tenga una mayor conciencia de que existe dentro de una comunidad, es decir, el rol de este en la sociedad. Esto ayuda al surgimiento, mantenimiento y consolidación de sentimientos de soledad en adolescentes. (Rotenberg y Hymel, 1999)

Imagen 1: Foto por Jesús Rodríguez.



Consecuencias de la soledad y herramientas de apoyo

Como fue descrito anteriormente, una cualidad donde hay acuerdo sobre la soledad no deseada, es que es una experiencia desagradable y estresante. Donde tener un déficit respecto a las relaciones sociales que se tiene y quiere, se transforma en una experiencia dolorosa. (Peplau et al., 1982). Si bien esto de por sí ya es una razón importante para abordar el tema, se hace imperante cuando se considera que la soledad es uno de los tres factores estructurales de la genesis del suicidio, en conjunto con la depresión y la fragilidad (De Zubiría, 2007).

Considerando que los sentimientos de soledad se hacen más presentes en adolescentes, y que la soledad es una de las razones principales del suicidio, no es una coincidencia entonces que el suicidio se encuentre dentro de las primeras causas de mortalidad para la población de 15-19 años en Chile (Centro de comunicación de las Ciencias Universidad Autónoma de Chile, 2021).

En Chile el suicidio es una realidad, en el año 2018 se registraron 1.823 suicidios, es decir que a nivel nacional alrededor de 5 personas

se suicidaron cada día. (Datosmacro, 2018). Si bien estas cifras revelan estadísticas y cifras, es sumamente importante hablar y tratar este tema desde una perspectiva más humana y personificadora de los casos habidos, en otras palabras entender estas muertes no sólo como un número sino como seres humanos queridos por familias y toda una red que se vio afectada por su muerte. Por otro lado, es importante recalcar que el suicidio es una muerte prematura prevenible, es decir es posible intervenir y tomar acción para evitar que ésta suceda, es por esto que constituye un problema de salud pública importante a nivel país. (Ministerio de Salud de Chile, 2021).

De esta forma, se plantea como posible alternativa en la prevención del suicidio abordarlo desde la perspectiva de la soledad y compañía, respondiendo al déficit de las relaciones sociales que la persona tenga, y teniendo en cuenta que para cada quien ese déficit puede variar complejizando la generalización de una solución. Una de las alternativas expuestas por Peplau et al. (1982) presenta que fomentar la frecuencia de actividades sociales, indepen-

“A nivel nacional alrededor de 5 personas se suicidaron cada día.” (Datosmacro, 2018)

dientemente del tipo de relación que se tenga con las demás personas, logra saciar el déficit que se tiene mediante la cantidad de personas que interactúan. Este enfoque si bien puede funcionar, depende de que la persona solitaria se abra a estos espacios y a la vez sea recibida, para lograr establecer una interacciones con los demás. Otro enfoque presentado expone que algunos tipos de relaciones como las amistades o parejas, pueden ser esenciales para el bienestar y el llamarlas como tal (Amigos, pareja, compañero, etc), lograría ayudar a enfrentar los sentimientos de soledad en las personas mediante el fortalecimiento de las relaciones existentes y en la estabilidad de estas.

Por otro lado, los autores presentan que existen actividades no sociales que también ayudarían contra la soledad, en primera instancia estar solo ayudaría a mejorar la capacidad de intimar con otras personas. Además hacer actividades que no dependen directamente de otra persona ayuda a crear una mejor sensación de control personal.

Si esto se lleva más a la realidad actual que

viven los adolescentes, el surgimiento de nuevos espacios digitales como lo son las redes sociales, ha cambiado las expectativas mínimas que se tiene para no sentirse solos, conceptos como los seguidores, suscriptores, etc han llegado a tener una mayor relevancia en lo que los jóvenes esperan como mínimo de la realidad que viven.

02.3 Nuevas espacios de expresión: “Espacios digitales”

Espacios digitales como nuevos espacios de expresión

En la antigua Grecia se nombraba a la plaza principal de una ciudad como Ágora: un espacio de vida, encuentros, rituales, transacciones comerciales y debates políticos (Pérez, 2014). Esta descripción se puede aplicar a su vez, a la vida que llevamos en internet. El desarrollo de este último ha resultado determinante para la sociedad como la conocemos, considerando su capacidad de democratización, integrando distintos medios, almacenando y desplegando información de todo tipo y la oportunidad de que los mismos usuarios sean tanto productores como receptores de ideas (Parra, 2010). A esto se le suma la rápida velocidad y bajo costo que permite una libre expresión de opiniones (Ponce, 2017).

Son estas cualidades de internet que le han permitido ser un lugar de expresión tan masivo, ya que las plataformas en línea o espacios digitales proveen a los usuarios con multitud de oportunidades para expresarse ellos mismos y transmitir sus experiencias, pensamientos y opiniones, lo cual efectivamente se transforma en parte integral de su identidad transmitida. (Geva, Oestreicher-Singer, Saar-Tsechansky,

2019). Si a esto se le suma que estos espacios no implican una presencia circunscrita únicamente a un contorno, es posible estar virtualmente en varias o distintas circunstancias y escenas al mismo tiempo (Parra, 2010), y con una identidad expresada distinta.

Son estas características lo que permiten que la virtualidad se diferencie de las formas no digitales o tradicionales que tenemos para expresarnos, como lo son las conversaciones, vestimentas o el maquillaje por ejemplo, debido a que están asociadas físicamente o presencialmente a nosotros, lo cual muchas veces dificulta o muestra una discrepancia a la forma que se desearía expresar. Los espacios de expresión digital brindan la oportunidad de a través del internet, pantallas o dispositivos móviles, mostrarnos de una manera más cercana a la que se quiere expresar.

Uno de los grandes ejemplos de este fenómeno son los foros de internet, los cuales son sitios de discusión online alrededor de un tema en específico (Holtz, Kronberger y Wagner, 2012). En estos espacios los usuarios abren los llamados

“post” o “hilos” con un tema, pregunta, o cualquiera en relación al tema general del foro.

Para los adolescentes en la actualidad, los foros han sido muchas veces desplazados a temas de especialidad o usuarios más adentrados en el internet, logrando que redes sociales como Instagram cumplan el rol que originalmente cumplieron los foros. Ésta última es utilizada según la encuesta Cadem por un 73% de jóvenes chilenos de entre 13 y 23 años diariamente. (CADEM, 2022)



Imagen 2: Foto por Adem AY.

Redes sociales y sus características como espacio digital

Una red social representa una estructura que contiene un conjunto de actores y lazos diádicos que identifican relaciones sociales entre los actores en un contexto social (Arnaboldi, Passarella, Conti y Dunbar, 2015). Ahora bien, las redes sociales son comúnmente conocidas en la actualidad como contextos online donde se generan éstas estructuras sociales. Plataformas como Instagram o Facebook, pasaron a ser los principales medios donde se refuerzan lazos existentes, como también se generan nuevas relaciones sociales (Basabe y Durán, 2013).

Estos espacios digitales cuentan con elementos esenciales que logran que sean tan efectivas en la creación de relaciones sociales. Uno de estos elementos, y que se ha convertido en el ícono de las redes sociales online es el "Like" o "Me gusta". Esta función actúa como una forma virtual de aprobación, donde públicamente se apoya a otro usuario (Lee, Hansen y Lee, 2015). Lo que se destaca de esta función es cómo logra reducir o simplificar la interacción con otra persona al gesto más mínimo. El cual logra reducir las posibles fricciones que tienen otras interacciones, como es el tiempo necesario para

escribir un mensaje o la intimidad necesaria para profundizar una relación, y de igual manera lograr comunicar algo a la persona que lo recibe. Al mismo tiempo, es posible argumentar que este tipo de interacciones pueden tener un efecto contraproducente: eliminar tantas barreras y facilitar tanto la interacción, termina restando significancia a la misma, pasando a dejar de tener una real importancia para los usuarios.

Una posible aproximación a las redes sociales, es desde la perspectiva de la visualización de datos. Como lo plantea Giorgia Lupi (2016), los datos representan la vida real, mostrándonos un momento del mundo del mismo modo que una foto nos muestra un pequeño momento en el tiempo. Las redes sociales a través de números, como son el recuento de likes, visitas, reproducciones, en conjunto al contenido creado por los usuarios como fotografías, conversaciones y opiniones, logran mostrar momentos de la vida de los usuarios. En conjunto a sistemas o dinámicas como son el feed de una red social, donde según intereses, contactos o patrones de comportamiento muestra la información, datos

o personas, generando una narrativa visual sobre los intereses del usuario, sobre la vida y contenido de los demás en las redes sociales.



Imagen 3: Foto por Robin Worrall.

Problemas y consecuencias de los espacios digitales

Es importante aclarar que aún cuando estos nuevos espacios entregan posibilidades de comunicación y contacto que antes eran impensadas, traen consigo nuevos problemas y conflictos para las personas que participan de estos espacios. Uno de ellos es la facilidad y constante comparación social que se genera.

El feed provee a los usuarios un catálogo de momentos de la vida de otros, además de las respuestas recibidas por su círculo. Esta visualización de vidas ajenas naturalmente lleva a las personas a compararse con otras (Bayer, Trieu y Ellison, 2020) además es importante mencionar que muchos usuarios comparten sólo ámbitos positivos o noticias que lo hagan ver mejor, sin mostrar aspectos negativos y luchas que puedan experimentar con el objetivo de parecer más atractivo socialmente (Steers, Wickham y Acitelli, 2014).

Cuando se habló de la soledad no deseada se definió como la disparidad entre lo esperado de las redes con la realidad, por lo que de alguna manera todos estos elementos como son los likes, corazones, comentarios o re-tweets reci-

bidos por los usuarios, provocan una sensación de popularidad, ser reconocido y muchas veces deseado. Sin embargo, esta sensación tiene una breve duración, provocando una adicción a esta y motivando al usuario a volver a publicar. (Palihapitiya, 2020), se crea una necesidad, un nuevo “mínimo” de lo que se espera de la red para no sentirse solo.

Otra perspectiva de los espacios digitales es cómo éstas nacieron como un sustituto temporal del contacto cara a cara cuando este no fuera posible, sin embargo, esto rápidamente pasó a ser la elección escogida para las sobre-explotadas y sobreocupadas vidas que llevamos (Turkle, 2011) haciendo más fácil la comunicación cuando deseamos tener o no tener contacto con lo demás. Este último punto genera un posible dilema: como un gran porcentaje de las interacciones que realizamos se han trasladado al mundo digital y así, facilitado el acceso a las interacciones sociales, se brinda la misma facilidad a no ser partícipe, y por lo tanto se facilita el aislamiento voluntario de la persona.

Teniendo entonces las redes sociales como el

caso de espacios digitales más comunes y más utilizados por adolescentes, es posible afirmar que no son suficientes por sí solas de ayudar frente a sentimientos de soledad, y además, muchas veces favorece a que se generen estos sentimientos. La soledad percibida va más allá de la simple presencia en las redes sociales, ya que ésta no necesariamente significa una comunicación efectiva y suficiente entre los usuarios. Es aquí donde los videojuegos pueden ser una oportunidad y herramienta para hacer frente a esta problemática, debido a que “jugar videojuegos se sitúa en esferas sociales y culturales que pueden ser incluso más importantes que el juego en sí mismo” (Squire, 2003 como se citó en Rodríguez, 2016. p.179) por lo que es posible que si los videojuegos están enfocados en esto, se puede ayudar a combatir sentimientos de soledad.

02.4 Videojuegos, el juego como un medio digital

El juego y sus definiciones

Huizinga (1949) asegura que el juego es más antiguo que la cultura, debido a que como sociedad no hemos agregado ninguna característica esencial a la idea general del juego, mientras que la cultura depende de la sociedad. Además, menciona que los animales juegan tal como lo hacen los humanos y sin la intervención de estos. En el libro *Homo ludens*, el autor presenta la base para la mayoría de las definiciones actuales, definiendo el juego como una actividad significativa, es decir más que una actividad plenamente fisiológica o un reflejo de esta, siempre existe algo que está en juego, por lo que todo juego tiene un significado. Finalmente, el autor describe las principales características del juego como:

- Es libre. El juego puede suspenderse en cualquier momento, nunca es impuesto por una necesidad física o un deber moral. Nunca es una tarea.

- El juego no es la vida “ordinaria” o “real”. Describe el jugar como pasar de la vida “real” a una esfera temporal de actividad.

- El juego es aislado, es limitado. Es “jugado” dentro de ciertos límites de tiempo y espacio, contiene su propio curso y significado

- Todo juego tiene sus reglas. Estas determinan las bases del mundo temporal del juego.

- Una comunidad de juego generalmente tiende a volverse permanente incluso después del juego. La sensación de alejarse del mundo juntos, de compartir algo importante dentro del mundo del juego retiene un valor después del juego.

Otras definiciones destacadas son la de Salen y Zimmerman (2004) el cual menciona que los juegos son sistemas de reglas y un subconjunto del jugar. Por lo que según esta definición existe el jugar sin necesariamente un juego, pero no en el otro sentido, el juego depende del jugar. Por otra parte, Koster (2014) en su libro *Theory of fun* describe al juego como un sistema que cumple el rol de profesor y/o puzzles de patrones, y a los jugadores como alumnos que intentan descifrar el patrón aprendiendo en el proceso. El autor afirma que lo entretenido de un juego es el aprender, por lo que juegos muy simples como el “gato”, una vez que se resuelve deja de ser divertido.

Se puede observar que en general las tres definiciones describen al juego como un sistema y/o delimitado por reglas, por lo que se analizará a continuación las reglas como elemento básico del juego.

Reglas y temáticas: Cómo moldear el jugar

Las reglas son uno de los elementos básicos de un juego, delimitando y estructurando el jugar. Es posible expresar cualquier juego en un conjunto de reglas, por lo que se puede afirmar que jugar es seguir un conjunto de reglas (Salen y Zimmerman, 2004). Siguiendo la metodología de Salen y Zimmerman (2004) si se descompone el “Cachipún”, nombre que se le da en Chile al juego piedra papel o tijera, se puede enunciar en el siguiente conjunto de reglas:

1. *Los jugadores se posicionan mirándose, dejando un espacio entre ellos.*
2. *Cada jugador esconde su mano detrás de su cabeza.*
3. *Entre ambos jugadores, intentan decir “Ca” “Chi” “Pún” al mismo ritmo.*
4. *Al terminar de decir “Pun” los jugadores mueven su mano hacia el centro y revela uno de los siguientes gestos: Piedra, Papel o Tijera.*
5. *Se comparan los gestos hechos con las manos de cada jugador, si un jugador hizo el gesto de: piedra y el resto tijera, gana piedra; tijera y el resto papel, gana tijera; papel y el resto piedra, gana papel; si todos hicieron el mismo gesto, se empata y se repite desde el punto 2.*

Esta descomposición sistemática del juego se puede comparar con el concepto de algoritmo usado en la computación, el cual se define como “Conjunto ordenado y finito de operaciones que permite hallar la solución de un problema” (Real Academia Española, s.f.). Teniendo un primer acercamiento a las posibilidades que brinda el software en el ámbito del juego.

Si bien esta descomposición nos explica cómo jugar al Cachipún, no nos dice nada del contexto en que se puede jugar, o cómo en la cultura chilena es usado como una herramienta para resolver decisiones entre dos personas. En otras palabras, las reglas son la definición formal de un juego, no nos hablan de la experiencia del jugar, pero si moldean esta.

Siguiendo con el ejemplo del Cachipún, si las reglas expresaran que al jugar más de una ronda, el jugador que ganó la ronda anterior no puede repetir el gesto ocupado en la última, la experiencia del juego cambiaría, permitirá al jugador perdedor tener más posibilidades para ganar una nueva ronda, haciendo que juegos de Cachipún a tres rondas, ganar la primera

Imagen 4: Foto por Marcus Wallis.



signifique poder ganar el juego en la segunda o llegar a una tercera ronda con ventaja, cambiando totalmente la experiencia del juego.

Otro elemento básico del juego son las temáticas, las cuales disfrazan y dan sentido a las reglas, cambiando también como experimentamos el juego. Si en el caso de Cachipún, cambiáramos los gestos de piedra, papel y tijera por simplemente levantar uno de estos dedos: pulgar, índice y meñique y explicando las nuevas relaciones que hay entre ellos. Al momento de jugar se podría dificultar recordar las relaciones de estos gestos, haciendo que las primeras veces que se jugará, tardará un poco más en darse cuenta quién ganó.

La historia que se cuenta en el Cachipún, de cómo el papel envuelve a la piedra; la piedra destruye la tijera y la tijera corta el papel, ayuda a los jugadores a recordar y darle un sentido a las relaciones que existen entre cada gesto. De esta misma forma se podría dar una temática a los gestos de dedos levantados: El ancho dedo pulgar le roba al pequeño dedo meñique, el dedo meñique le pide ayuda a sus dedos más

grandes quienes están obligados a ayudarlo y finalmente el dedo índice apunta al culpable dedo pulgar (figura 1). Con una simple historia dejaron de ser solamente dedos levantados, ahora son el ladrón, el hermano pequeño y el hermano grande cada uno con sus relaciones dictadas por la historia contada al explicar el juego.

Estos dos elementos básicos forman y moldean la experiencia de juegos, de esta misma forma existen un sinnúmero de elementos que pueden afectar la jugabilidad. Un ejemplo de esto es el medio donde se juega, tradicionalmente el juego se había limitado a medios análogos como el papel, tableros o sistemas mecánicos, pero la introducción de sistemas digitales abre una nueva forma de experimentar estos.

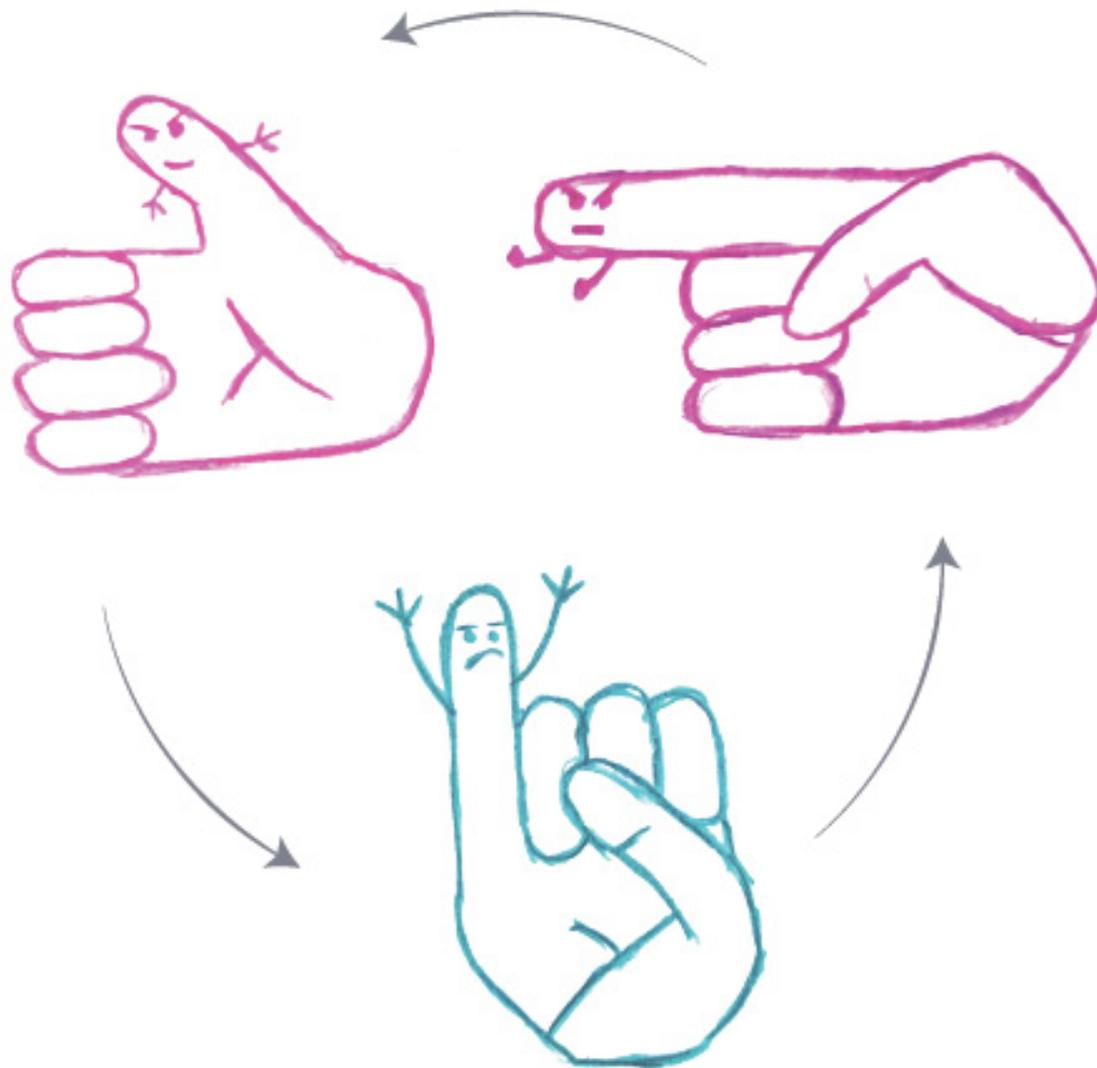


Figura 1: Relación de gestos propuesta. El ancho dedo pulgar le roba al pequeño dedo meñique, el dedo meñique le pide ayuda a sus dedos más grandes quienes están obligados a ayudarlo y finalmente el dedo índice apunta al culpable dedo pulgar. Elaboración propia.



Imagen 5: Foto por Jezael Melgoza.

Videojuegos en la transformación de la era digital

Adriana Gil y Tere Vida (2007) definen al juego digital o videojuego como “programas informáticos diseñados para el entretenimiento y la diversión que se pueden utilizar a través de varios soportes” (p. 11). Estos llegan a explotar lo que es posible en el juego, creando gráficas, universos, dinámicas o formas de jugar que no eran posibles o quedaban a la imaginación personal en su contraparte análoga.

Una de las principales características del videojuego es que agrupa varios medios tradicionales y los une en una sola experiencia. Además, de los principales atractivos que presentan los videojuegos es transformar inputs físicos del jugador en sonidos y animaciones. (Cheng, 2014) Además de narrar una historia en el proceso, muchas veces más compleja que una película. Este conjunto de medios disponibles en el videojuego, da espacio a los creadores para explorar nuevas posibilidades de experiencias, que con cada uno de los demás medios por sí solos, no sería posible.

Otro de los aspectos más relevantes del videojuego es que abrió camino a nuevas formas de

interacción social, además de crear comunidades sociales alrededor de los juegos. Esto es más evidente en los juegos multijugador masivos, los cuales involucran un gran número de personas situadas alrededor del mundo cooperando e interactuando de formas sin precedentes (Sageng, Fossheim y Larsen, 2012).

Más allá de las comunidades y relaciones que se generan dentro del juego, existen comunidades que se crean en torno a los videojuegos. Plataformas como Steam, la cual se dedica a distribuir juegos, o Discord, plataforma usada para comunicarse por chat de voz o texto, han logrado crear espacios que trasciende el juego. Por el lado de la plataforma Discord, los creadores de ésta plantean que la aplicación es sobre darle el poder a los usuarios de crear un espacio donde ellos pertenezcan, haciendo más fácil hablar regularmente con las personas que te importan. (Discord, 2022). La plataforma surgió bajo la idea de poder comunicarse con amigos durante el juego, y con el paso de los años se ha transformado en un espacio para crear redes sociales a menor escala, cada una con diferentes dinámicas y usuarios.

Estas son las cualidades de los videojuegos que le permiten ser una gran herramienta para el diseño, desde las reglas y temáticas como base del juego, se puede moldear las interacciones deseadas, las cuales se pueden potenciar o explotar mediante los diferentes medios que agrupa el videojuego, donde finalmente es posible crear una comunidad de juego durante y que prevalezca hasta después de este.

03. Formulación del proyecto



03. Formulación del proyecto

03.1 Contexto de implementación

Actualmente la industria del videojuego está en auge, sólo en cuanto a ganancias ya ha superado a la industria del cine, “Tan solo en 2019, la Industria global de los videojuegos tuvo una ganancia de \$148.8 miles de millones de dólares; esta cifra deja por detrás las ganancias de la Industria del Cine, la cual obtuvo ganancias de \$136 miles de millones de dólares”(Uniat, 2020). Por otro lado, se ha vuelto una de las más grandes fuentes de ocio en el mundo (de Souza y de Freitas, 2017) haciéndose cada vez más presente en los dispositivos móviles como celulares y tablets; o en computadores y Notebooks de las personas.

Esta realidad de crecimiento ha aumentado aún más gracias a la reciente necesidad de ocio durante la pandemia del virus Covid-19. Un gran ejemplo de esto es el juego social Among Us del desarrollador independiente InnerSloth, el cual fue lanzado el año 2018 sin lograr obtener una gran cantidad de jugadores activos mensualmente durante sus dos primeros años, fue recién el año 2020 durante el desarrollo de la pandemia que el juego, a punto de ser abandonado por el equipo desarrollador, logró incluso

romper el récord de mayor cifra de jugadores activos mensualmente (La Tercera, 2020).

Por otro lado, una de las principales plataformas para el consumo y distribución de videojuegos es la llamada Steam. Esta se originó como una plataforma de distribución digital de videojuegos, sin embargo, actualmente cumple un rol más allá de la distribución, siendo el principal lugar donde jugadores y desarrolladores de videojuegos dejan sus opiniones, creaciones o aportes relacionados con los videojuegos, teniendo a la fecha de revisión 21 millones de usuarios en línea simultáneamente, (Steam, 2022) haciendo esta plataforma el lugar ideal para dar a conocer proyectos y generar los primeros usuarios.

Para el presente proyecto es importante aclarar que existen varios tipos de videojuegos, cada uno con usuarios y objetivos diferentes (de Souza y de Freitas, 2017). Dentro de esta división, al igual que otros videojuegos que se mostrarán en la sección de antecedentes y referentes, existen juegos que no necesariamente buscan la “entretención” que comúnmente se relacio-

na con un juego. Dichas alternativas muchas veces se presentan como objetivo la reflexión o expresión de los jugadores y/o del autor, haciendo uso de las características del juego como un medio, y compartiendo los espacios de difusión y publicación.

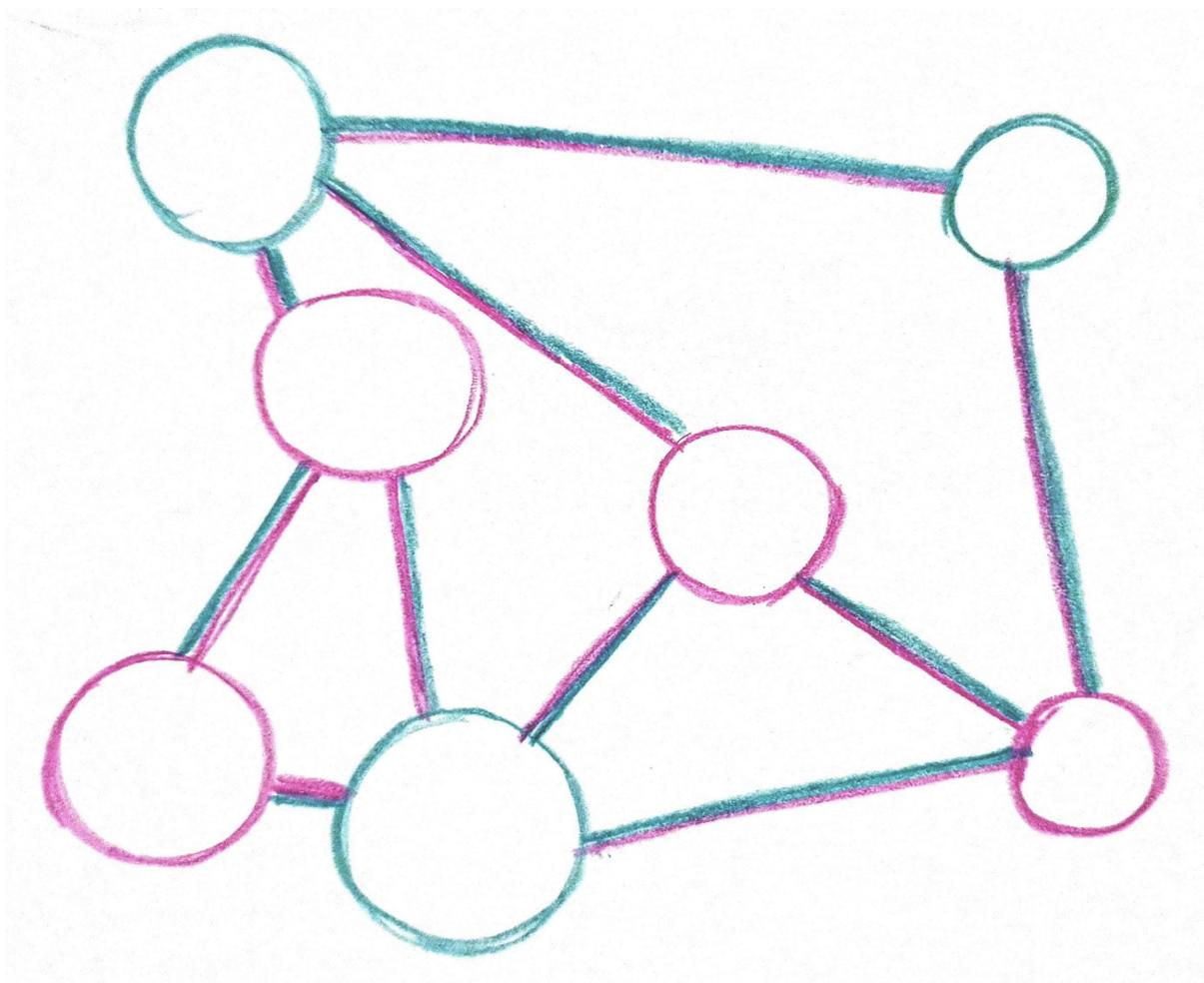


Imagen 6: Representación de las conexiones digitales. Elaboración propia.

03.2 Oportunidad de Diseño

Los avances tecnológicos que se han desarrollado en el último tiempo, tales como el internet, redes sociales, entre otros, han cambiado la forma que nos comunicamos e interactuamos día a día. Aún cuando estos avances han permitido facilitar las comunicaciones, se genera a su vez el efecto contrario: una facilidad para aislarnos. Esto se vuelve aún más relevante si se refiere a los sentimientos de soledad que sienten los adolescentes debido a los cambios que se viven y el proceso de creación de identidad durante esa edad. Por otro lado, el juego y más específicamente el videojuego se ha visto beneficiado por estos avances tecnológicos, presentando un potencial para crear vínculos digitales, y de esta forma, compañía mediante el acto del jugar.

03.3 Formulación y objetivos

Qué

Videojuego experimental y exploratorio para móviles y computadoras que trata **temáticas sobre las relaciones digitales y los sentimientos de soledad** en jóvenes. Haciendo el uso de la visualización de datos y dinámicas de juego como **herramienta para fortalecer y/o crear vínculos** y comunidades digitales en jóvenes de entre 15- 19 años.

Objetivo general

Experimentar formas y dinámicas en que el videojuego puede aportar a la creación o fortalecimiento de relaciones significativas, generadas en contextos digitales entre adolescentes, ofreciendo una herramienta de apoyo frente a sentimientos de soledad.

Por Qué

La instantaneidad que actualmente existe para comunicarnos, en conjunto a las dinámicas que se presentan en las redes sociales, **facilita a su vez la posibilidad de sentirse solo y muchas veces aislarse de los demás**. Esto ha provocado que los jóvenes se vean enfrentados a sentimientos de soledad más frecuentemente, los cuales están estrechamente **ligados como génesis de la depresión o pensamientos suicidas**.

Para Qué

Generar o fortalecer vínculos digitales proponiendo dinámicas de videojuegos y métodos de visualización de datos que amplifiquen la forma que interactuamos en redes sociales, **haciendo perceptible el soporte y compañía que se tiene**. Generando una herramienta de apoyo al usuario para reforzar el sentimiento de que **existen personas dispuestas a acompañar, ayudar y encontrarse**.

Objetivo específico 1

Determinar interacciones críticas para la formación de comunidades digitales en videojuegos.

IOV: Guía de factores críticos para la formación de comunidades digitales que serán contrastadas con participantes de distintas comunidades mediante entrevistas y/o conversaciones abiertas en los espacios de diálogo de estas.

Objetivo específico 4

Evaluar los efectos y calidad percibida por los usuarios de las dinámicas seleccionadas de videojuegos.

IOV: Guía de dinámicas de videojuegos que ayudan a los sentimientos de soledad, además de una lista de beneficios esperados contrastados con lo percibido por los usuarios.

Objetivo específico 2

Caracterizar elementos del videojuego que motivan a los usuarios a jugar videojuegos.

IOV: Listado de elementos claves que se obtendrán mediante entrevistas y análisis de videojuegos populares ya existentes.

Objetivo específico 3

Testear dinámicas del videojuego seleccionadas que fomentan la formación de lazos y/o sentimientos de compañía entre jugadores.

IOV: Diagrama de la sensación percibida respecto a soledad/compañía de un grupo pequeño al que se les presentarán dinámicas de videojuegos seleccionadas.

03.4 Usuario

Se estableció para la realización del proyecto la siguiente descripción de usuario: Jóvenes entre 15 y 19 años, que se encuentren estudiando en la enseñanza media, han tenido experiencias con videojuegos, pero no es necesariamente parte de sus hobbies o actividades comunes.

Tienen dificultades para encontrar excusas o motivos para crear momentos de compartir, los videojuegos actuales lo intimidan por tener una barrera de entrada muy alta, y ya que no es mucho el tiempo que tiene disponible para otorgarle al juego, no tiene la motivación para intentarlo o aprender. Suele usar redes sociales como Instagram, Twitter o Tik tok donde suelen subir o compartir contenido.



Imagen 7: Dibujo del usuario, adolescente de entre 15-19 años. Elaboración propia.

Mapa de usuario 3C

Jóvenes entre 15 y 19 años, que se encuentren estudiando en la enseñanza media

¿Qué piensa?

Que los videojuegos son un gran medio o forma de entretenimiento o distracción para las personas, pero no por eso juega. Piensa mucho en sí mismo y como lo ven los demás.

¿Qué siente?

Se siente distante a los videojuegos ya que son complicados o sienten que estos no están dirigidos a ellos. Suele sentirse solo.

¿Qué hace?

Hace uso de otros tipos de entretenimiento como ver películas o series, juega videojuegos en contextos sociales, pero no muy frecuentemente por su cuenta. Suele usar redes sociales como Instagram o Tik Tok.

Basado en modelo propuesto en el libro *Creando Valor a través del Diseño de servicios* (Figueroa, Mollenhauer, Rico, Salvatierra y Wuth, 2017).

04. Antecedentes y referentes



04. Antecedentes y referentes

04.1 Antecedentes



Imagen 8: Recuperado de: https://store.steampowered.com/app/1070710/Kind_Words_l_o_fi_chill_beats_to_write_to/

1. Kind Words

Kind words es un juego de la empresa Popcannibal sobre escribir y recibir cartas anónimas a otros jugadores, enmarcado en un contexto de positivismo y ayuda. Creando un espacio para expresar sentimientos que muchas veces no se tiene donde, ni con quienes compartir.

Se rescata de este juego cómo es posible crear espacios de expresión en línea, añadiendo elementos propios del videojuego como la música, efectos de sonido y narrativa, para transformar la interacción de escribir cartas en un juego positivo.



Imagen 9: Recuperado de: <https://store.steampowered.com/app/582270/Everything/>

2. Everything

Videojuego experimental del artista David O'Reilly que se autodefine como una experiencia interactiva, donde se puede controlar casi cualquier elemento o personaje del juego, desde galaxias, hasta células o moléculas, esto acompañado de la narración filosófica de Alan Watts.

Everything refleja cómo los videojuegos pueden ser un espacio de reflexión en su máxima expresión, moldeando la experiencia del juego para que los jugadores logren reflexionar el juego desde el sentimiento de descubrir qué significa ser el universo.

3. Pikmin Bloom

Juego móvil creado por Nintendo y Niantic donde los jugadores deben caminar para plantar, cultivar y vincularse con los llamados Pikmin, plantas humanoides que te acompañan en tus viajes.

El elemento que más destacada del juego para el proyecto es la sección de diario, en donde los jugadores pueden repasar los pasos que dieron durante el día, guardar alguna foto que se tomó y finalmente responder cómo fue el día: triste, neutral o feliz. Quedando un registro de los estados de ánimo, momentos claves o lugares que se visitaron, donde los jugadores pueden regresar para visualizar y contrastar los días pasados ya sea semanal o diariamente.

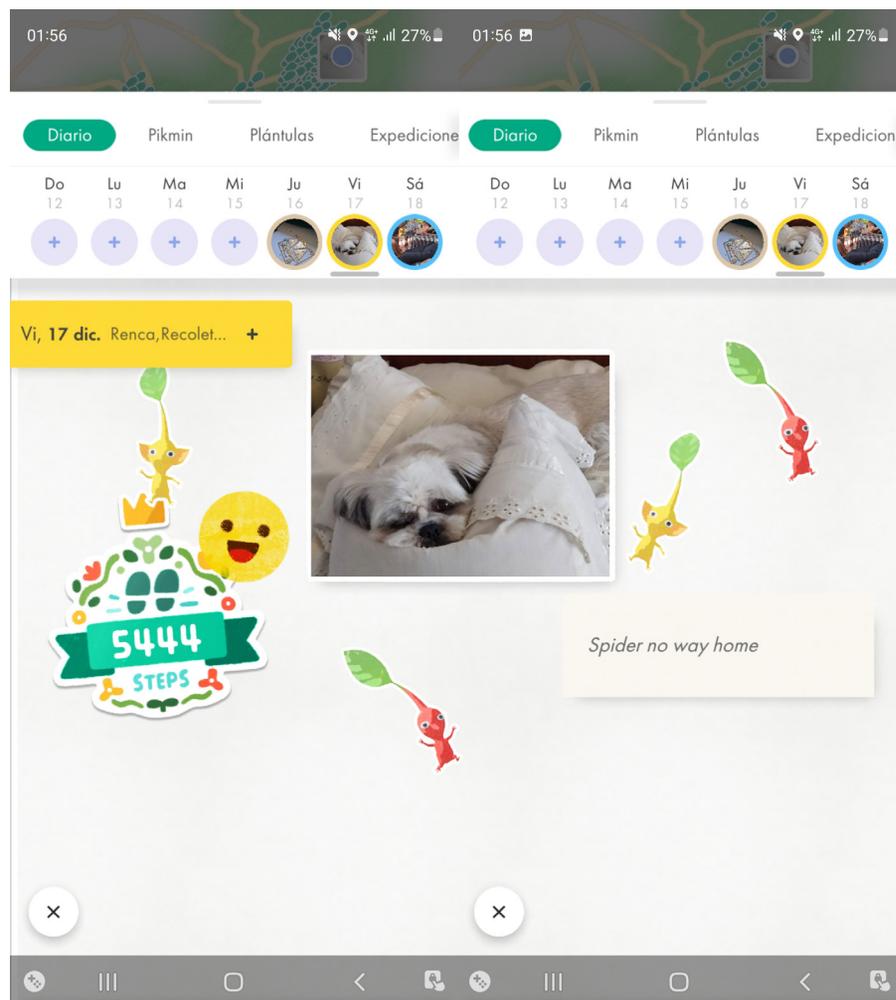


Imagen 10: Diario dentro del juego, donde se pueden anotar eventos, historias, además de guardar fotos que se tomaron ese día. Imagen realizada a partir de dos capturas de pantalla dentro de la aplicación. Elaboración propia.

04.2 Referentes

Dear Data

Proyecto de Giorgia Lupi y Stefanie Posavec donde durante 1 año comunicaron distintos aspectos de su vida semana a semana mediante visualizaciones de datos hechas en postales enviadas por correspondencia, creando un vínculo de amistad en el proceso.

Este proyecto es un referente en la forma de que se puede comunicar y vincular mediante visualizaciones y datos, los cuales no necesariamente deben ser datos duros, el uso de visualizaciones representativas de datos blandos como estados de ánimos, dolor, etc, presentes además en otros proyectos de Giorgia Lupi, logran comunicar y de alguna manera llegar a los usuarios lectores de una forma distinta que puede ayudar a la creación de vínculos.



Imagen 11: Giorgia Lupi y Stefanie Posavec se enviaron durante 1 año postales como esta con visualizaciones de datos sobre sus vidas. Recuperado de: <http://www.dear-data.com/theproject>

r/place

Experimento social del sitio web Reddit, en el cual los usuarios podían modificar un sólo pixel de un canvas de 1000 x 1000 píxeles cada 15-30 minutos (Tiempo asignado aleatoriamente).

Este experimento social fue un referente a lo largo del desarrollo del proyecto debido a la forma que mediante una simple regla, se logró crear un espacio donde se generaron interacciones como creación de alianzas, comunidades y conflictos por dominar alguna área del canvas.

El proyecto logra expresar de una manera simple cómo los espacios digitales dan espacios a interacciones autogestionadas por los usuarios, teniendo resultados inesperados. Estas interacciones son muy importantes para los juegos ya que entregan un nivel de profundidad y realidad que por sí solo los juegos no pueden. Es por estas razones que en el desarrollo de proyectos de este ámbito, se debe crear, fomentar y potenciar espacios para que se realicen estas interacciones autogestionadas.

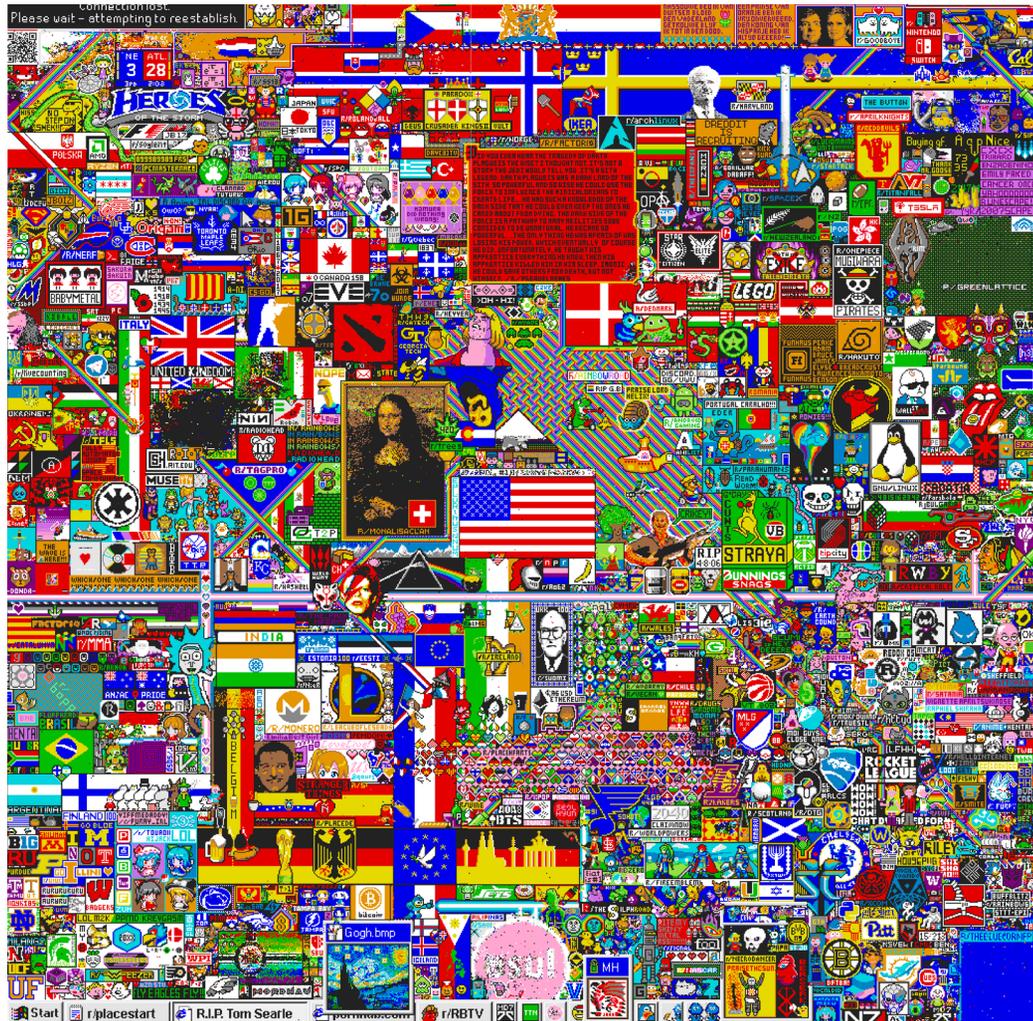


Imagen 12: Canvas final del experimento realizado por el sitio web reddit. Recuperado de: <https://i.redd.it/agcbmqgin14z.png>

05. Proceso de Diseño



05. Proceso de Diseño

05.1 Metodología de desarrollo

El proyecto se inició con un proceso de descubrimiento, similar a la primera etapa de la metodología de diseño del Doble diamante planteada por el Design Council (2021) donde se plantea la exploración de un problema de una manera más abierta o profunda en un proceso de descubrir y definir. Se trabajó en base a la revisión de bibliografía teniendo de base el videojuego, abriéndose a las posibilidades de proyecto alrededor de este, tal como lo plantea la metodología. Sin embargo, esta etapa se realizó sin nunca pasar al segundo diamante, con un proceso reiterativo de exploración y definición (ver figura 2) hasta llegar al planteamiento actual del proyecto.

Una vez construida la base del proyecto, se pasó a trabajar con el framework de desarrollo de software llamado Shape up, cruzado con las metodologías y herramientas del diseño. Singer, creador de la metodología Shape up (2021) propone abordar el desarrollo de software desde una idea borrosa, darle forma y luego construirla a partir de subproyectos. Se presentará en la figura 3 un resumen de las 4 etapas más importantes de la metodología.

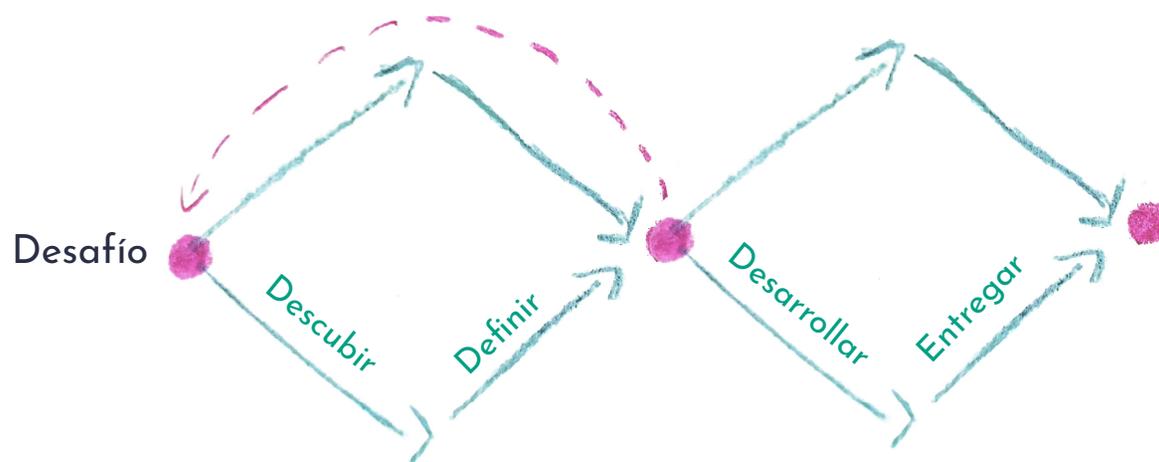


Figura 2: Diagrama de la metodología del doble diamante usada hasta ahora. Basado en la versión publicada en el sitio web de Design Council (s.f.). Elaboración propia.

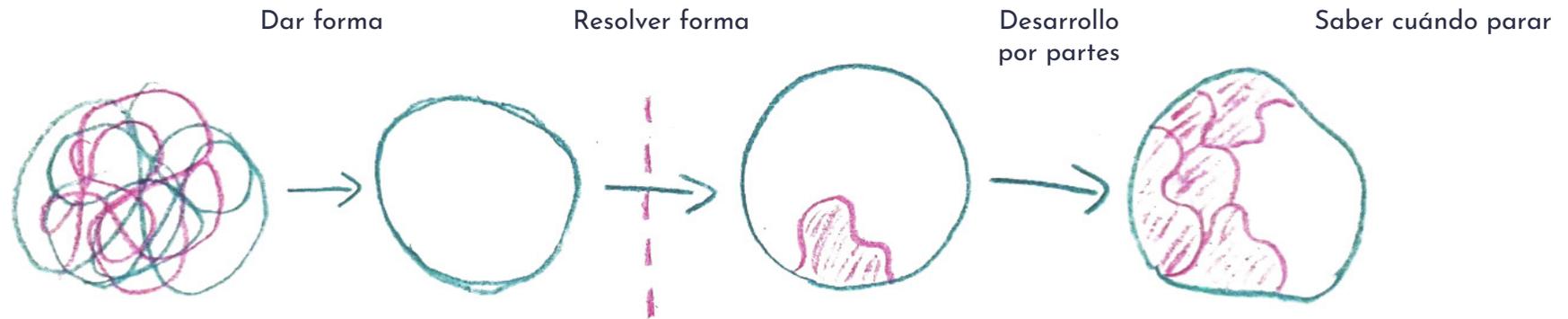


Figura 3: Resumen metodología Shape up. Basado en la portada del libro oficial de la metodología (Singer, 2019). Elaboración propia.

1. Dar forma

Se inicia el proyecto buscando “darle forma” a este, esto quiere decir que se definen los elementos principales que este tendrá, además de definir qué cosas no será el proyecto. El objetivo es llegar a una forma justo en medio de lo abstracto y lo concreto, dando espacio a la exploración durante el desarrollo de ésta.

2. Resolver forma

Luego de tener la forma, se responde la mayor cantidad de dudas que puedan surgir a lo largo del desarrollo del proyecto, esto con el objetivo de no perder tiempo durante este. Aquí también se deben cortar elementos o especificar los detalles que se quiere lograr con otros elementos.

3. Desarrollo por partes

Cuando ya se tiene resuelta la forma, se empieza a trabajar el proyecto desde pequeños subproyectos, dependiendo de su importancia e interés del equipo. Aquí siempre es importante mantener la idea que estos subproyectos son parte de un total y no se considera que están listos hasta que se despliegan.

4. Saber cuándo parar

Debido a que el desarrollo de software con metodología ágil plantea una respuesta constante a los cambios y requerimientos de los usuarios, es importante saber cuándo un proyecto se puede dar por terminado. Se sugiere contrastar con los primeros bosquejos de la forma y evaluar el valor que agregarían nuevas funciones.

05.2 Requerimientos

En primera instancia, durante la etapa de dar la forma al proyecto se definieron los conceptos claves que el proyecto debiese abordar. Teniendo en cuenta el objetivo principal del proyecto de explorar formas que el videojuego y su cualidad de creador de espacios digitales pueden ayudar a enfrentar sentimientos de soledad.

Se debe tratar de generar un espacio que cuente con diversas dinámicas para poder responder al déficit de compañía que la mayor parte de los usuarios puedan tener. Al mismo tiempo, debido a su cercanía con plataformas como lo son las redes sociales, se debe tener especial cuidado en no crear instancias que incentiven la comparación social u otras conductas negativas que se suelen relacionar con las redes sociales.

Otro aspecto relevante, en relación al usuario es que el sistema no funciona sin la participación de estos, por lo que se debe diseñar un espacios que sea fácil de acceder, teniendo en cuenta que se quiere apoyar en los sentimientos de soledad, se debe eliminar la mayor cantidad de fricción posible para acceder a ésta, para

que el uso de este espacio no sea un desgaste y por lo tanto, una barrera.

A continuación, se muestran en detalle los requerimientos del proyecto ordenados en tres áreas principales del proyecto: el usuario, jugabilidad y el diseño.

Usuario

- **Crear o demostrar la idea de que el jugador no está solo**

El usuario debe ser capaz de sentir la idea de que está acompañado de personas, que no está solo.

- **No debe reafirmar sentimientos o ideas negativas**

El usuario no debe verse enfrentado a interacciones refuercen ideas negativas, tales como pensamientos suicidas, problemas de autoestima, entre otros.

- **Fomentar el relajó y la reflexión**

El usuario debe, mediante sonidos, gráficas y dinámicas, estar en un espacio de apoyo al relajó y la autoreflexión (Meditación).

- **Crear momentos de interacciones indirectas entre usuarios**

El usuario debe mediante las acciones e interacciones que realice, alterar los espacios a los que estos participan. Comunicándose con otros usuarios mediante estas modificaciones.

Jugabilidad

- **Fácil acceso y/o salida**

Al videojuego se debe poder acceder o salir sin requerir un esfuerzo mayor que desmotive su participación.

- **Visualizar datos blandos de manera representativa**

El videojuego debe permitir visualizar datos blandos, como estados de ánimo por ejemplo, de manera representativa y disponible para los demás jugadores.

- **Conectar personas de manera remota**

El videojuego no requiere que los jugadores estén presentes en el mismo lugar físico al momento de jugar.

- **Gráfica e interacciones simples**

El videojuego debe tener interacciones que se puedan realizar intuitivamente y no requerir un gran "habilidad" de juego para participar.

- **Motivar al usuario a participar**

El videojuego debe presentar un incentivo claro para participar frecuentemente en los distintos dominios del juego.

Proyecto

- **Ser una herramienta de apoyo para los jugadores**

Lograr que el uso del videojuego pueda ser una forma de apoyo para momentos de estados de ánimo negativo.

- **Explorar la forma de interactuar digitalmente**

Lograr que el desarrollo del videojuego dé espacio a explorar nuevas formas o distintos métodos para compatir online.

- **Proponga nuevas formas de ver las relaciones digitales**

Lograr que además de cómo participan los usuarios, se pueda de manera externa, visualizar la forma que nos relacionamos y nos mostramos en plataformas digitales.

05.3 Principales hallazgos

Inicialmente se organizaron los hallazgos realizados en la investigación teórica, con el fin de orientar el proyecto teniendo estos cuatro puntos como ejes principales.

1. Las comunidades de juego tienden a convertirse en comunidades permanentes:

Como fue descrito anteriormente, en su libro *Homo Ludens*, Huizinga (1949) describe que las experiencias vividas durante el juego fomentan la creación y fortalecimiento de comunidades de juego. Esto resulta en una oportunidad para la creación de relaciones o comunidades digitales significativas.

2. La presencia en las redes sociales no significa necesariamente una compañía suficiente:

Esto quiere decir que muchas veces no basta pertenecer o hacer uso de las comunidades digitales para que sirva como compañía suficiente, es necesario fomentar la comunicación e interacción directa entre los participantes para crear relaciones significativas.

3. Las personas se están abriendo más a probar videojuegos:

Como se presentó el caso del juego *Among Us* y con la pandemia del Covid-19, las personas están en busca de nuevas formas de ocio y la variedad de videojuegos existentes pueden lograr responder a estas nuevas necesidades.

4. Los espacios digitales brindan la oportunidad expresar y transmitir experiencias de los usuarios:

Las cualidades de los espacios digitales como la instantaneidad, personalización de perfil, entre otros, permite que los usuarios de estos tenga una nueva alternativa de expresión en los medios digitales.

05.4 Definición elementos principales

Como plantea la metodología, una vez definido el concepto general del proyecto se procedió a organizar los elementos principales que este debiese tener, dejando espacio para que nuevas ideas surjan en el proceso.

Se exploraron temáticas que ayudarán a explicar la conexión que se busca generar entre los usuarios, pasando por conceptos como túneles o hilos, hasta que se decidió trabajar alrededor de una puerta. Esta decisión se tomó a partir de la cantidad de metáforas y dichos populares que se generan sobre la puerta, que además de mostrar que existe una conexión entre adentro y fuera de la puerta, genera la sensación de que hay algo al otro lado de la puerta.

Tocar la puerta, un llamado.

Cerrar la puerta, terminar una etapa.

Dar la llave a otra persona.

Puertas como testigo de lo que sucede "puertas adentro".

Se te abren puertas, visión de puertas como posibilidades.

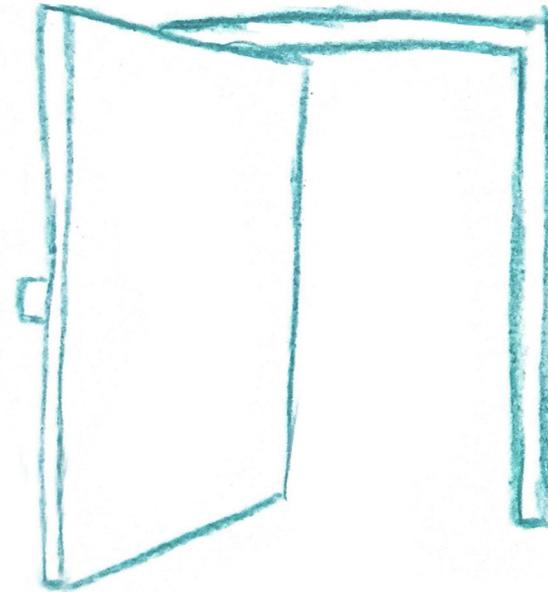


Figura 4: Algunas de las metáforas y dichos populares sobre las puertas. Elaboración propia.

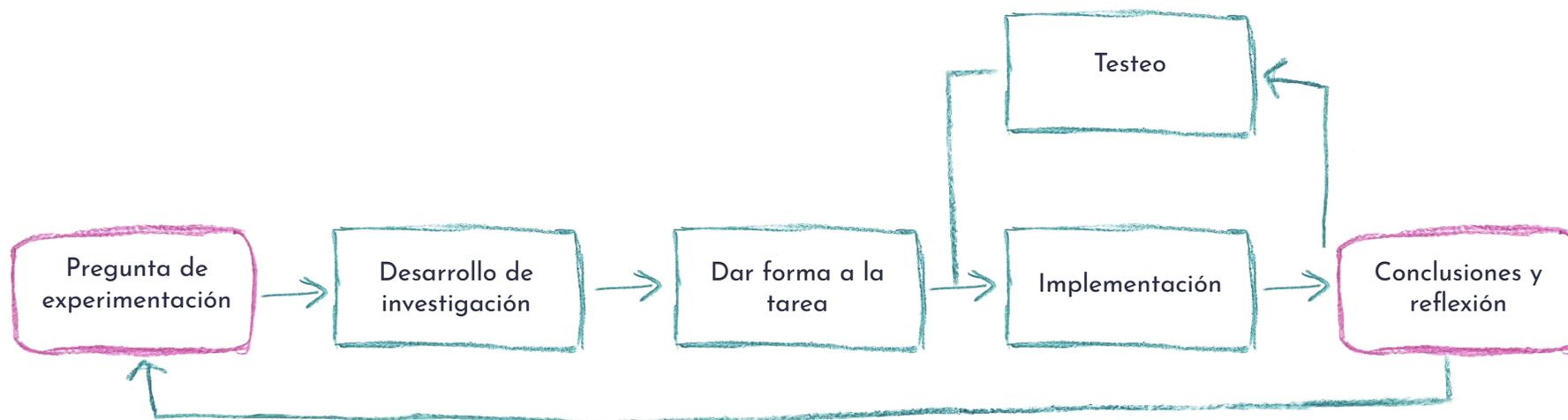


Figura 5: Framework desarrollado para la realización de las dinámicas de juego. Elaboración propia.

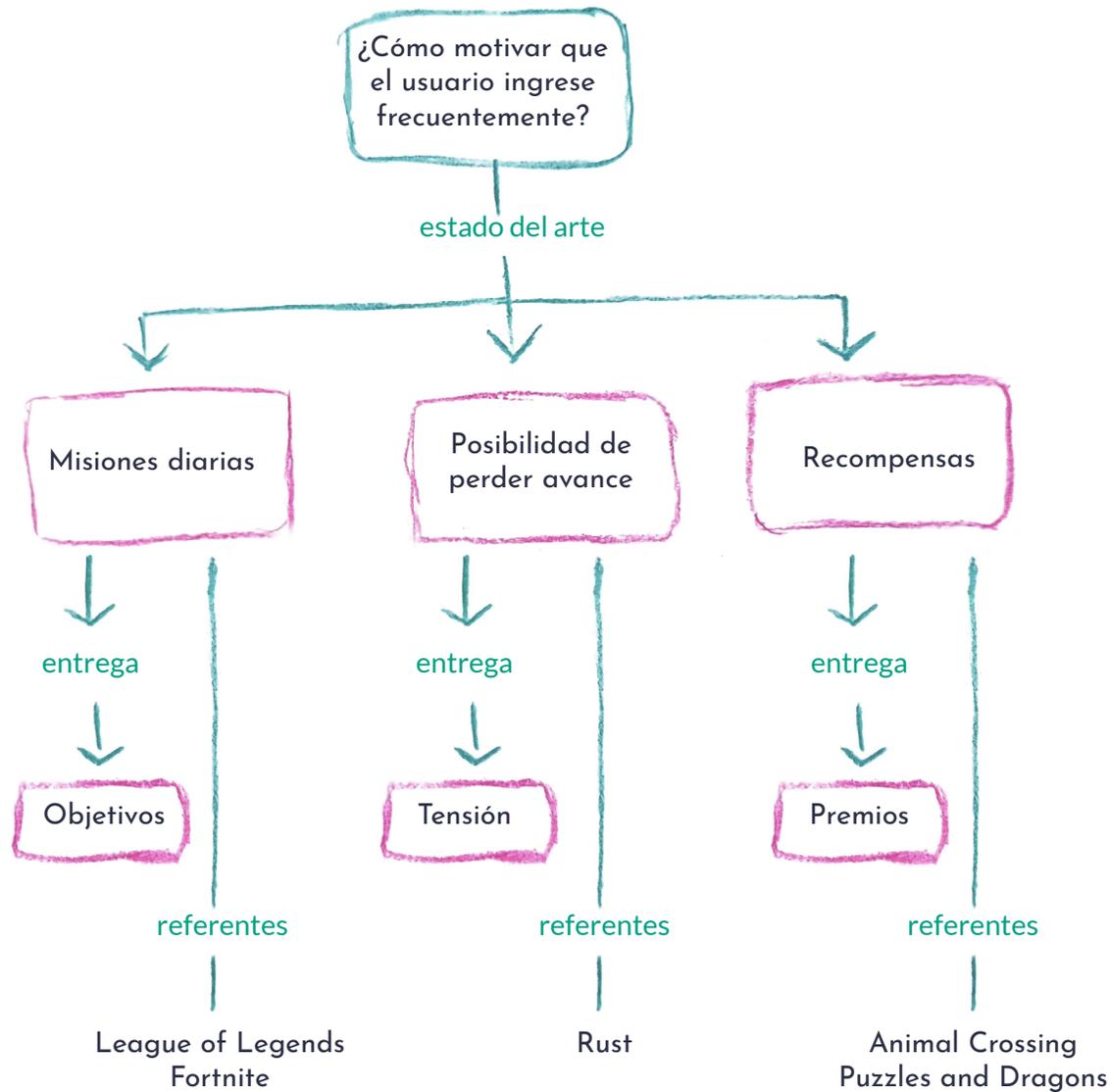
Una vez definida la temática del videojuego, se trabajó alrededor de ésta para definir qué tipos de interacciones debiese entregar el proyecto, pero sin definir la forma que estos tendrían. Se separaron las interacciones en 2 grandes grupos: las con otros usuarios y las del usuario consigo en el sistema. Es aquí donde se definió un framework de trabajo sobre las dinámicas del juego (ver figura 5). El objetivo de esta etapa fue recopilar dinámicas de otros juegos mediante la observación y análisis de éstos, para luego poder crear una versión que hiciera sentido en relación a las puertas, además de cumplir con los requerimientos del proyecto.



Image 13: Entrevista a Francisco Cortés.

De esta forma, la primera iteración de implementación fueron entrevistas habladas a usuarios y diseñadores para verificar si lo investigado e identificado hacía sentido para un público externo del proyecto. Así fue como se definieron los roles de las interacciones que el juego debía poseer, pero no la forma de estos. Las entrevistas entregaron además, una base respecto a cómo se sentían respecto a los juegos y redes sociales, y que rol cumplían estos en sus vidas. Un aspecto que se repite en varios entrevistados, fue la forma que influía el bombardeo de noticias, muchas veces de carácter negativo, terminaba angustiando más a la persona en momentos de soledad.

*“Siento que Twitter es una plataforma como, si te sientes solo y con ira, es lo peor que puedes hacer, o Instagram también”
(Francisco, 2020)*



Interacciones seleccionadas

- Momento de pausa
- Interacción indirecta
- Interacción directa
 - Sincrónica
 - Asincrónica
- Personalización
- Motivación a la interacción
- Visualización de puertas

Figura 6: Ejemplo de ejecución del framework. Elaboración propia.

05.5 Resolución de la forma

Una vez definida la base de la forma, se desplegaron todas las interacciones deseadas en un mapa de sistema y se desarrollaron las dinámicas teniendo en cuenta la temática central del juego: las puertas.

El objetivo de esta etapa fue responder qué eran y qué no eran cada una de las partes del sistema, además de cómo estas funcionan como un solo ecosistema. Una vez resuelta la forma del proyecto, se planificó y diseñó los testeos con sus correspondientes prototipos para el desarrollo de la propuesta final.

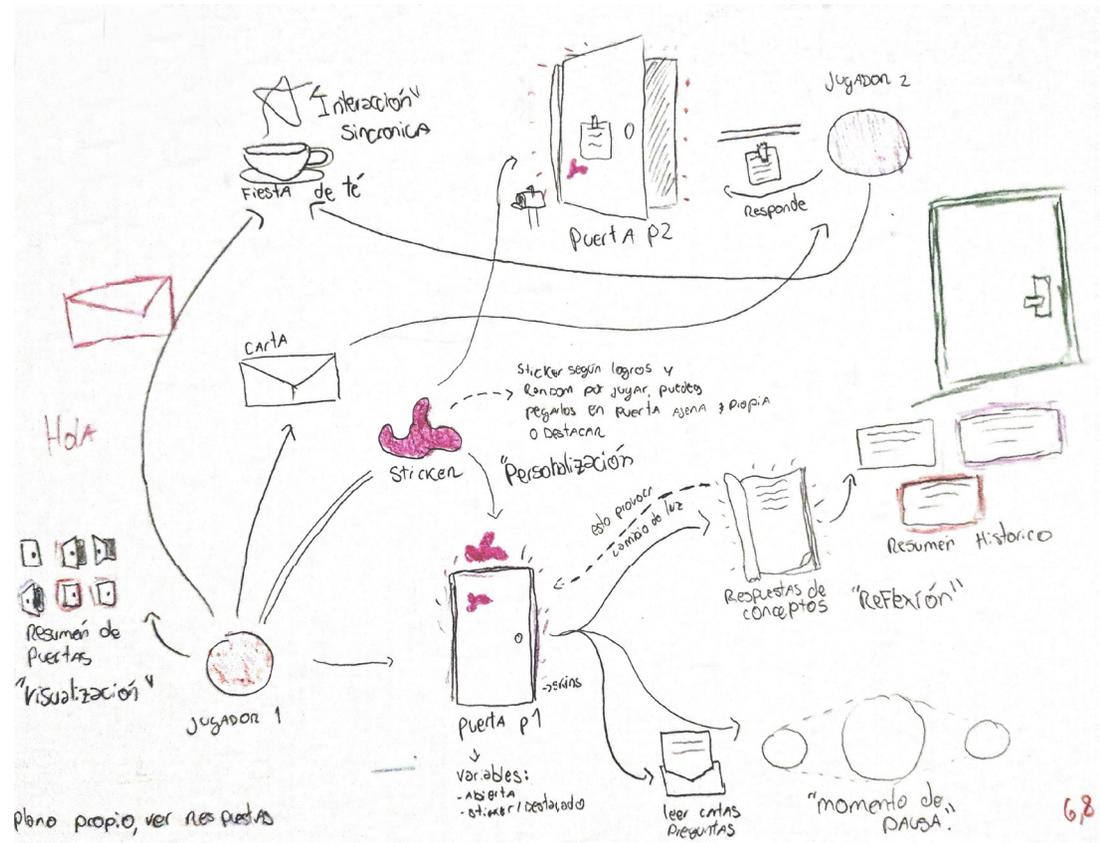


Figura 7: Mapa del sistema inicial, donde se concretó cada uno de los elementos principales del videojuego. Elaboración propia.

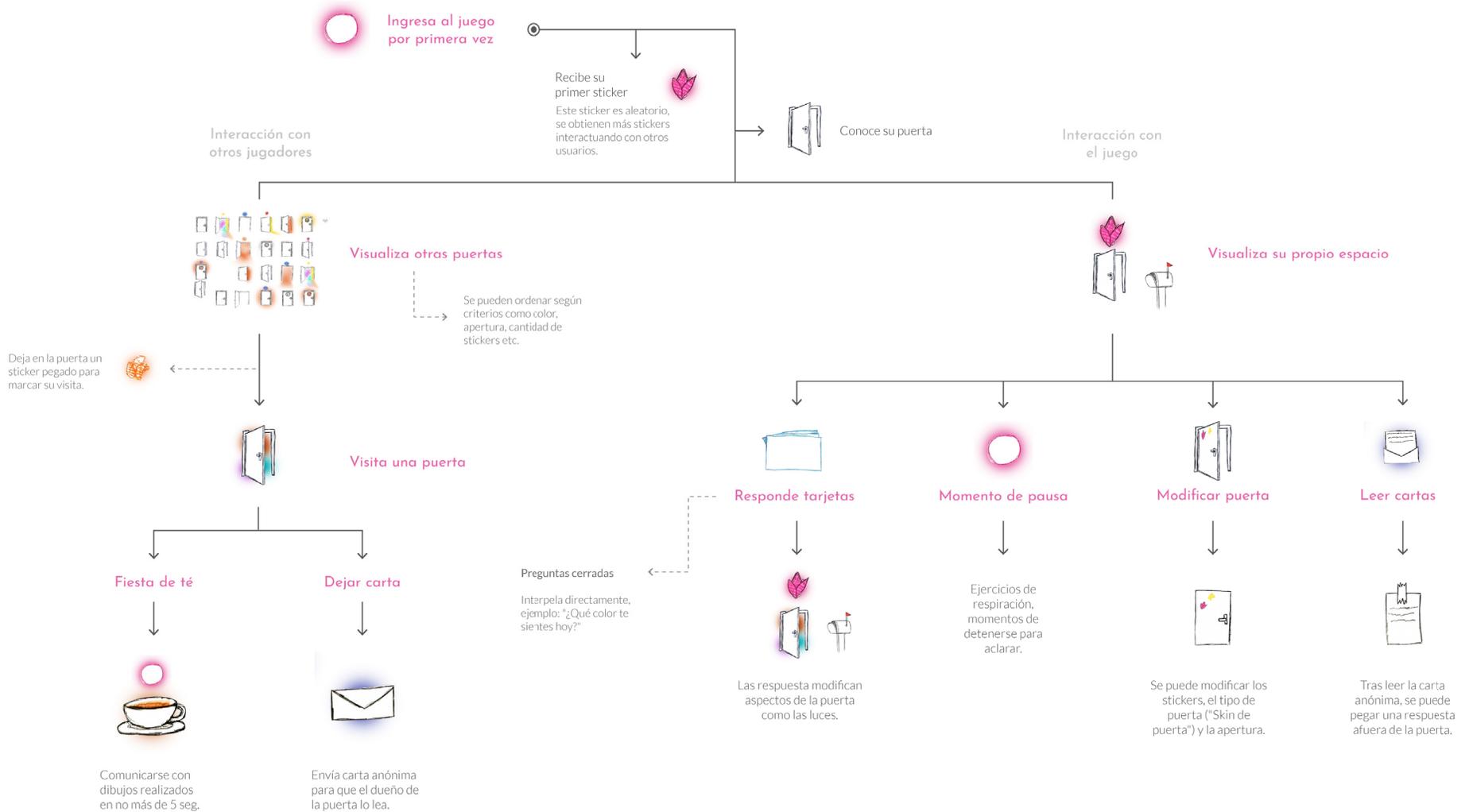


Figura 8: Mapa de sistema final, donde se resolvió las actividades que contendría el sistema final. Elaboración propia.

05.6 Testeos e iteraciones

Prototipo 1: Estética y gráfica

El primer prototipo realizado fue respecto a la apariencia del proyecto. Para esto se realizó un video corto animado acompañado con sonidos y música tomados de otros juegos, además se hizo una serie de escenas del videojuego sin contexto.

El objetivo de este testeo era observar el recibimiento de los usuarios del producto, sin ellos saber qué debieran sentir al respecto. Por el lado del video, se buscó que las animaciones y el dibujo se sintieran hechos a mano, dándole un tono más cercano y menos robótico o perfecto que muchas veces entregan las redes sociales. La música fue recuperada del juego Minimetro, disponible en el siguiente link: <https://www.youtube.com/watch?v=R6Mcc9N6SUM>. Se escogió esta canción debido a que tiene un ritmo lento y sonidos interesantes, lo que ayuda a llamar la atención manteniendo un ambiente tranquilo. Se grabaron además sonidos respiración que se editaron por distintos canales de audio tratando de lograr un efecto inmersivo y motivar la respiración calmada.

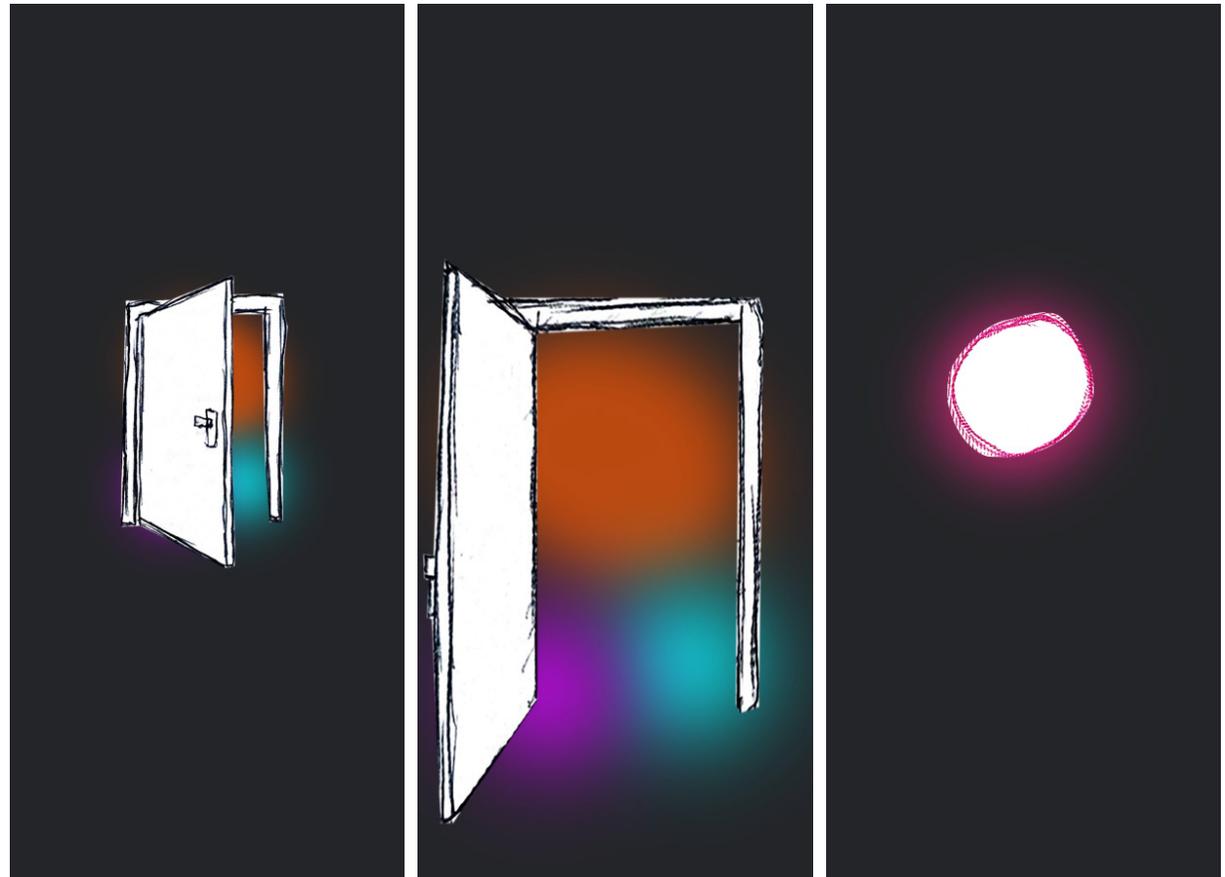
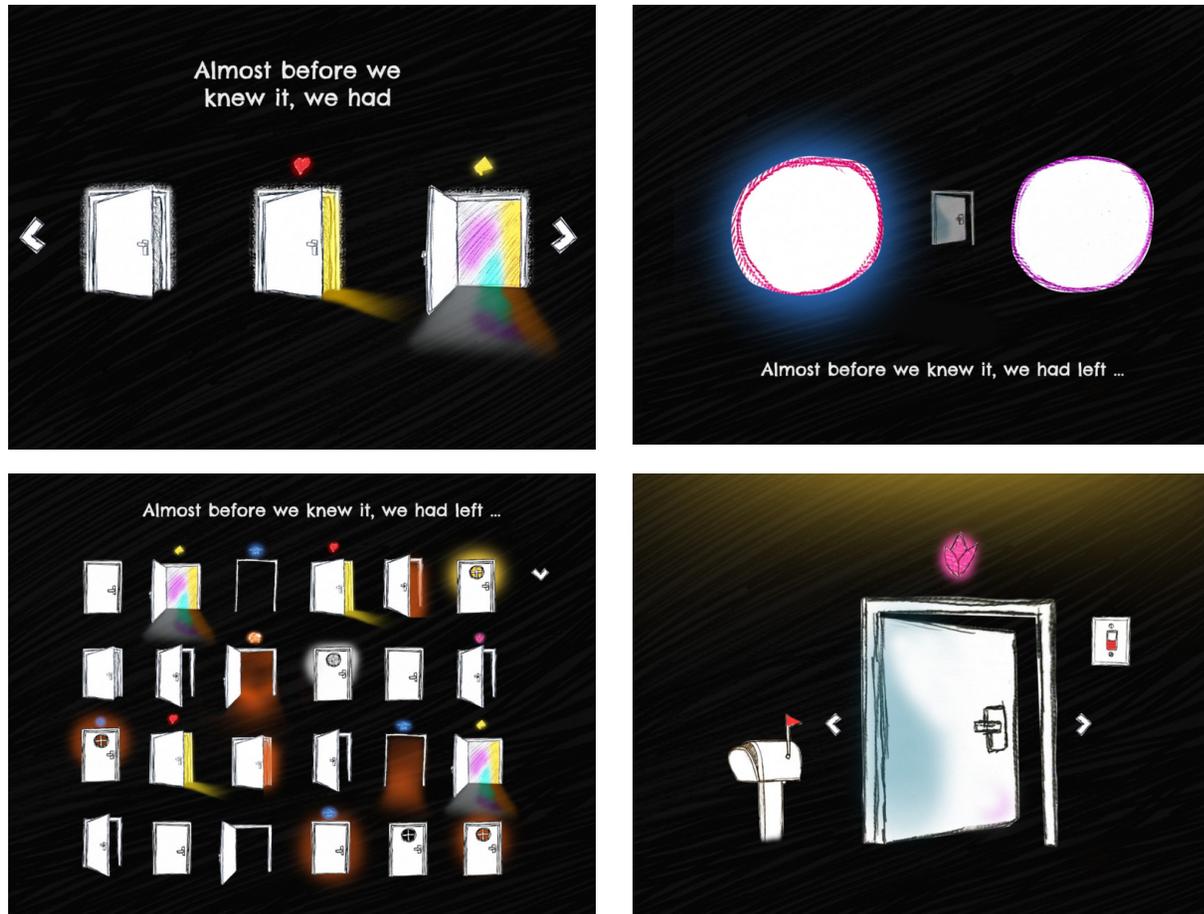


Imagen 14: Capturas de pantalla del video realizado de prototipo estético. Elaboración propia.



En relación a la gráfica, se observó que en general se le asoció una temática sombría al prototipo, muchas veces ligado a la oscuridad del fondo y el trazo negro de los dibujos. Al mismo tiempo, el uso de “luces” detrás de los dibujos a mano tuvo un gran recibimiento, ya que logra expresar una calidez de luz, de un brillo en medio de toda la oscuridad. Es así como se decidió evitar el uso de lápiz negro para la realización de los dibujos, y potenciar más el uso de luces de colores para iluminar los elementos del proyecto.

Por otro lado, la música y los sonidos fueron comúnmente relacionados con el acto de reventar algo y que en varias personas lograba tener un efecto agradable o cosquilleos. Ésta reacción es razonable teniendo en cuenta que el creador de esta música buscaba reflejar un ambiente en movimiento constante como comúnmente se observa una estación de metro, pero al mismo tiempo transformarla en algo agradable y relajante para el jugador. Se toma entonces la música de este juego como el principal referente respecto al uso de música y sonidos.

Imagen 15: Visualizaciones de diferentes escenas del videojuego, de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo: Selección de puertas, interacción directa con otro usuario, visualización de puertas en grupos y personalización de la puerta.. Elaboración propia.

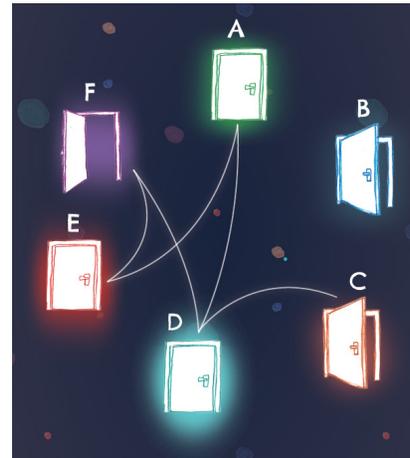
Prototipo 2: Visualización de puertas

El siguiente prototipo que se realizó tenía como objetivo observar la toma de decisiones de los usuarios frente a distintas formas de visualizar la conexión entre puertas. El fin de esta dinámica del videojuego es que los usuarios tiendan a visitar las puertas menos frecuentadas y así intentar que todos los usuarios sean constantemente visitados.

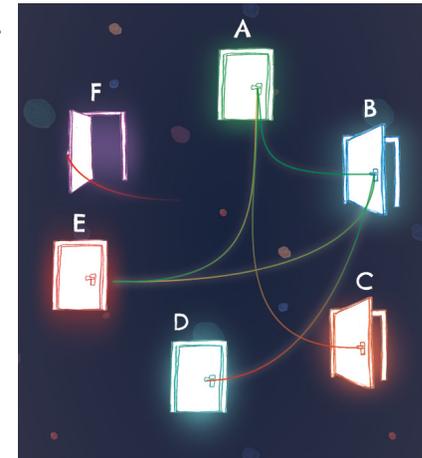
Primer cuestionario

Para esto se realizó una encuesta donde se dispusieron varias formas de visualización de las puertas y se les preguntó a los usuarios qué puerta elegirían. En la primera versión de la encuesta se intentó ser lo más general posible con las instrucciones. Se le presentó al usuario una imagen con seis puertas donde debían elegir una y luego explicar cómo creen que distintos factores influyeron en sus respuestas.

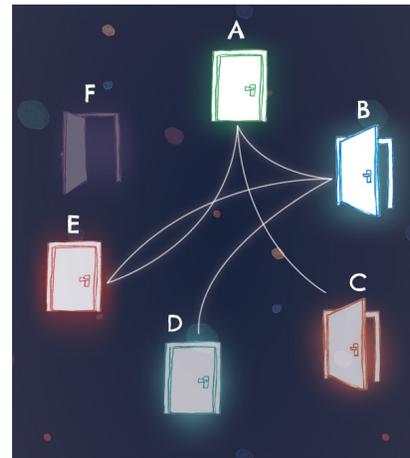
1.



2.



3.



4.

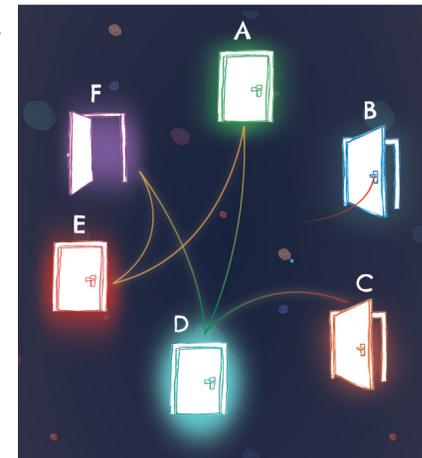


Imagen 16: Algunas de las imágenes usadas para el testeo. Elaboración propia.

Elige una puerta para visitar

Aquí se obtuvo que el brillo (Imagen 16, primera imagen) de la puerta era uno de los elementos que más guiaba la elección del usuario, además del color verde de las conexiones, sin embargo, la razón entregada al elegir la puerta con conexiones verdes eran por lo segura o buena que aparentaba la puerta. Si bien esta fue la forma que más influyó en la elección de puerta, (con más del 50% de las respuestas) al asociarse en las respuestas escritas con temas de seguridad o calidad esta opción fue descartada ya que entregaba el mensaje contrario sobre las puertas rojas.

Esto pudo comprobarse en la última imagen donde se combinó el brillo más el color de la conexiones, donde un 63,3% tendieron a elegir la puerta más brillante y de conexiones verdes.

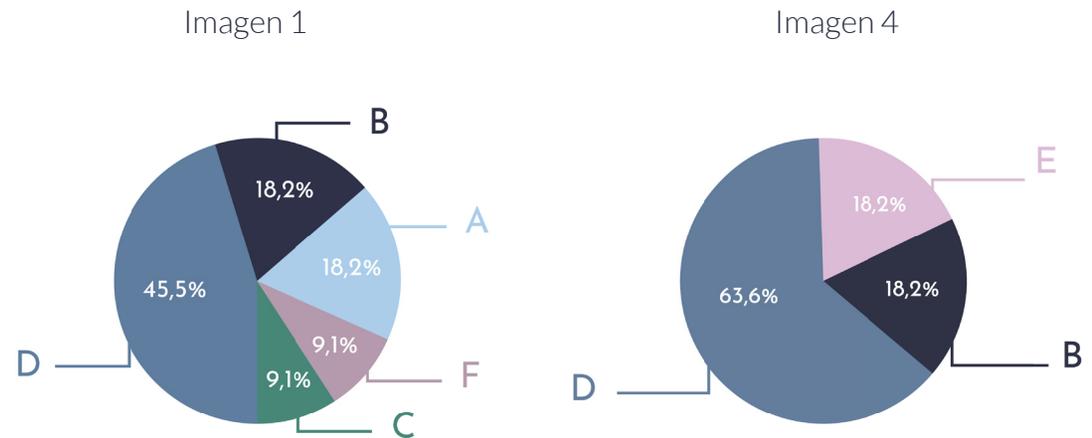


Figura 9: Resultados de las encuestas realizadas. Elaboración propia.

Segundo cuestionario

Luego de obtener los primeros resultados, se realizó una segunda versión donde se eliminaron algunas variables como el color de las puertas además de cambiar el color de las conexiones para evitar la asociación del rojo con elementos negativos.

El objetivo fue reforzar la cualidad de que la iluminación funcionaba como una forma de guiar al usuario a seleccionar la puerta menos visitada. Por otra parte, se añadió a la mitad del cuestionario una breve narración respecto al videojuego: "A medida que las puertas dejan de ser visitadas, estas desaparecen y con ellas todo lo que está detrás".

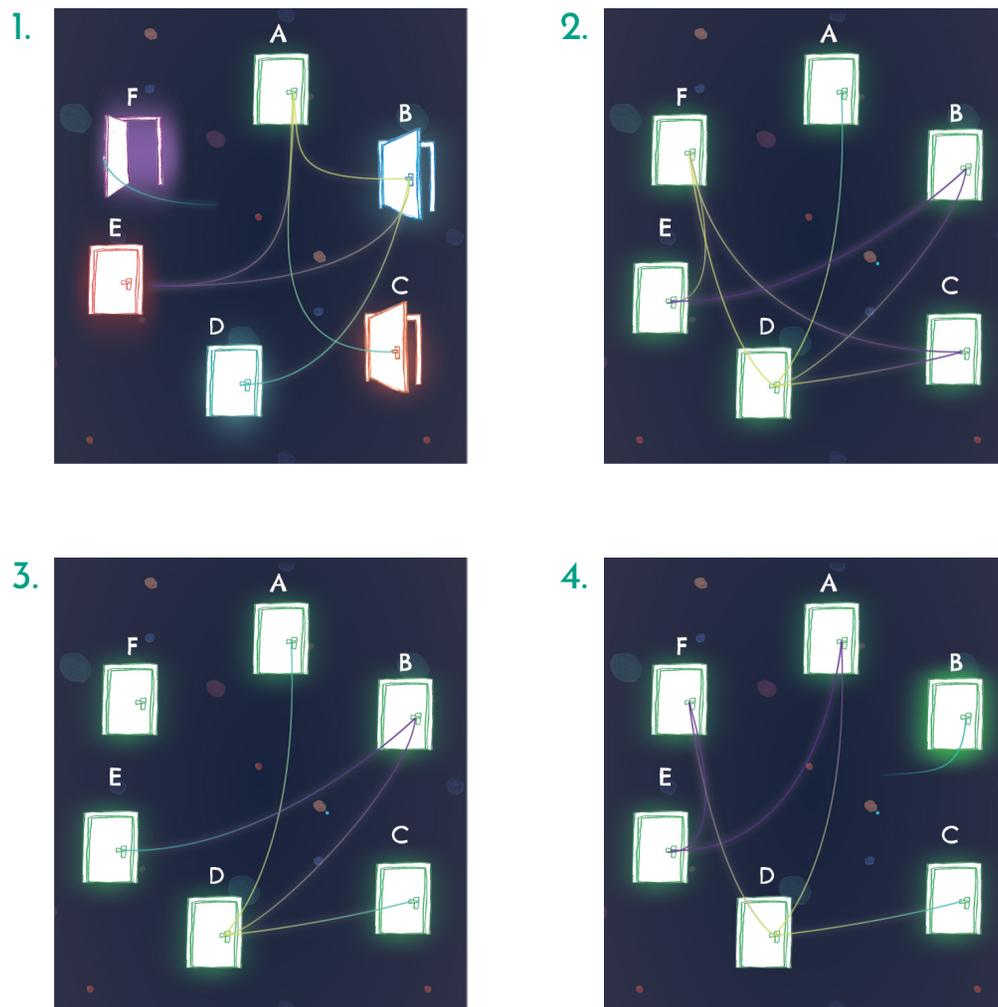


Imagen 17: Algunas de las imágenes usadas en la segunda ronda para el testeo. Elaboración propia.

Resultados

Se obtuvo entonces que la iluminación de la puerta es efectivamente la forma que más influye la selección de puertas y que logra mantener la coherencia con los requerimientos del proyecto. En la imagen 17 se eliminaron factores como el estado de la puerta (Abierta, cerrada, etc) y color de la puerta, y se dejó solamente el brillo y el color de la conexiones como elementos diferenciadores, donde se obtuvo que un 58,3% de los usuarios seleccionaron la Puerta B, es decir, la puerta que el testeó pretendía dirigir la atención.

Elige una puerta para visitar

Imagen 4

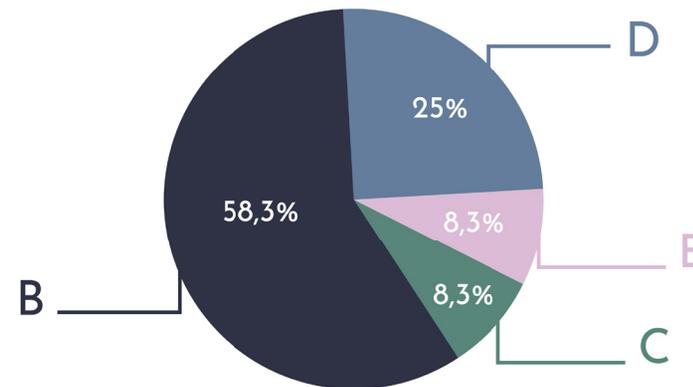


Figura 10: Resultados de las encuestas realizadas. Elaboración propia.

Prototipo 3: Fiesta de Té

Se realizó un tercer testeo con el objetivo de probar la dinámica de conversación con dibujos y comprobar si se lograba crear una interacción significativa aún cuando se disponían barreras que dificultan la comunicación entre los participantes. El objetivo es tener una interacción directa con otro jugador pero de una manera más abstracta que simplemente hablar por chat. Para esto se dispuso en la plataforma Miro una área con la gráfica del proyecto y se invitó a 2 personas del rango de etario del usuario a realizar una actividad.

Inicialmente se les explicó a los participantes la dinámica, en la cual tienen 10 segundos para dibujar en el cuadrado blanco, luego de esos 10 segundos el dibujo se movería y quedaría disponible más abajo para poder revisarlos de ser necesario.



Imagen 18: Resultado final del testeo. Elaboración propia.

De forma de práctica se realizó un juego estilo Pictionary, donde a un participante se le entregó en secreto una palabra y este mediante dibujos debía comunicar esta al otro jugador. Esto sirvió para que lograran familiarizarse con la plataforma para la dinámica de comunicación que tendrían más adelante.

Luego de 2 rondas de Pictionary se les dijo a los participantes que debían intentar tener una conversación con dibujos de máximo 15 segundos, debido a que 10 segundos habían sido insuficientes para generar dibujos reconocibles.

En la primera ronda de conversación, se logró hasta cierto punto mantener una temática central propuesta por uno de los usuarios, sin embargo, luego del segundo dibujo del primer participante se perdió la conversación y continuaron sin entender mucho qué estaban hablando.

Luego, se aumentó el tiempo a 20 segundos y se volvió a empezar, donde el primer participante dibujó un arco de fútbol con una pelota adelante, la cual fue respondida por el otro

jugador con un arco y la pelota entrando al arco en el ángulo. De aquí en adelante ambos usuarios entendiendo que estaban conversando de deportes, donde siguieron dibujando distintos deportes y situaciones de estos.

Resultados

La mayor conclusión que se tuvo fue que el tiempo era un limitante muy fuerte, la idea inicial proponía 5 segundos para dibujar y fue aumentando hasta llegar a las 15-20 segundos, donde según la habilidad para dibujar de la persona, lograba ser suficiente.

En relación a la percepción de los participantes, ambos manifestaron que se logró vincular con la otra persona y que le importaban las respuestas del otro (Ver figura X). Además, se dejó el espacio para que le escribieran algo al otro participante luego de finalizar la actividad, estas fueron sus mensajes:

¿Sientes que lograste vincularte con la otra persona?



¿Cuánto te importaron las respuestas de la otra persona?



Figura 11: Respuestas de los participantes de la actividad, diferenciados por colores. Elaboración propia.

“Al principio nos costo como congeniarnos por así decirlo, pero note que igual del principio pillamos al otro como era la cosa, para después finalmente entendernos lo que estábamos dibujando.”

“Menos mal que hablamos de deportes porque o si no hubiera sido un desastre.”

Prototipo 4: Tarjetas diarias

El último testeo que se realizó fue respecto a la representación de datos de forma representativas, en ésta dos participantes por 7 días debían responder distintas tarjetas de preguntas y según sus respuestas se le envió a la otra persona una representación de esta.

El objetivo era comprobar si existía un interés por las respuestas de la otra persona, teniendo en cuenta que ambos respondieron la misma pregunta cada día. Las preguntas eran desde simplemente marcar el dibujo que representaba su estado de ánimo a preguntas abiertas como describir de lo que están agradecidos.

Resultados

Esta actividad fue la menos exitosa de todas las testeadas, principalmente debido a la extensión de las respuestas que debían escribir. Se volvió algo tedioso para los participantes, por lo que se decidió terminar la actividad luego de tres días.

Luego de finalizar la actividad, se entrevistó a los participantes y se les mostró el resto de

preguntas que faltaron, aquí comunicaron que las preguntas abiertas desmotivaron la participación, y esto influyó en no preocuparse o no interesarse en las respuestas del otro ya que la actividad como un todo se volvió desagradable. De igual manera se destacó que las preguntas simples como elegir un color o una cara no presentaban este problema y se podría aplicar usando solo este tipo de preguntas.

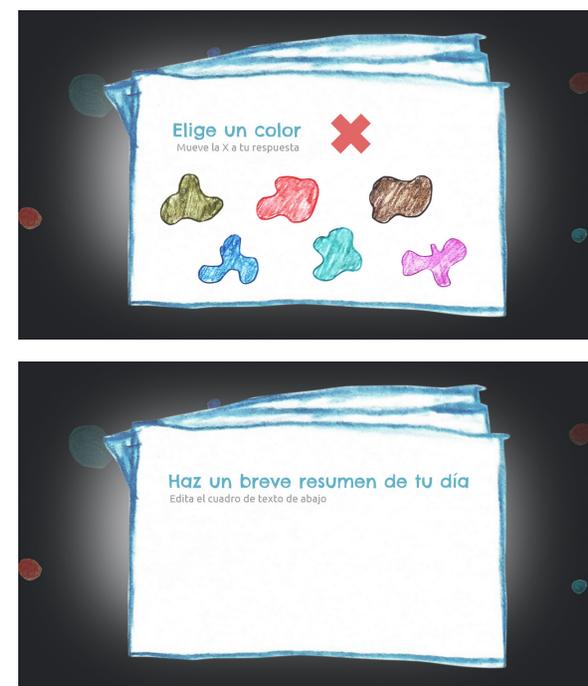


Imagen 19: Ejemplo de las tarjetas que debieron responder los participantes del testeo. Elaboración propia

06. Propuesta final



06. Propuesta final

06.1 Propuesta formal

Para una mejor experiencia de la propuesta formal, ingresar a <https://github.com/Pucotu/Anexo-Memoria> donde se encuentra disponible un video que recorre los distintos puntos del proyecto.

Narrativa

Como se mostró anteriormente, la narrativa de un juego puede ayudar a ocultar las reglas o darle sentido a las dinámicas, por lo que se creó una historia sobre los seres Pucotús, los cuales necesitan interacción social para poder mantener su brillo, haciendo necesario que los jugadores ayuden y participen con los demás.

“Los Pucotús somos seres sociales, necesitamos compartir con otros para poder mantener nuestro brillo, si este desaparece. Bueno no te preocupes, eso no va a suceder, aquí todos trabajan para ayudar al resto, ¿tú harás lo mismo cierto?”

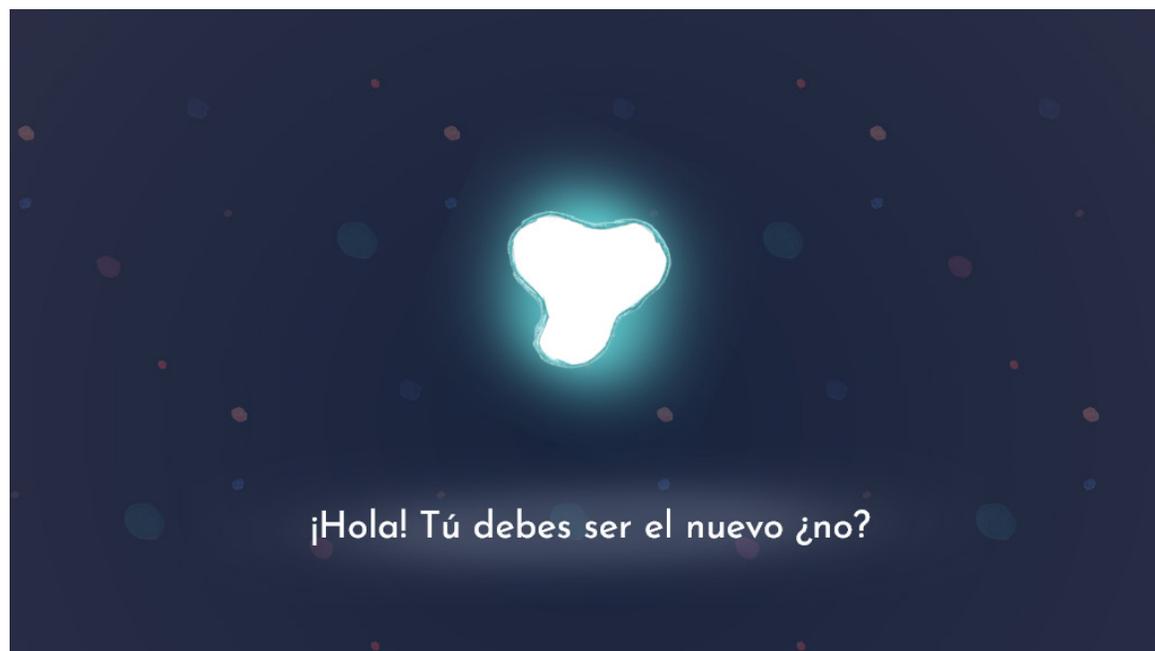


Imagen 20: Inicio del juego cuando uno se conecta por primera vez. Elaboración propia.

Símbolos, colección y personalización

Uno de los aspectos que más se repite en los juegos es el concepto de colección, reunir y guardar objetos, armas, o en este caso símbolos. Es por esto que se incluyó esta dinámica como forma de potenciar la participación de los usuarios y la personalización.

Por el lado de la participación, estos símbolos y al igual que los estilos de puerta son obtenidos cuando un jugador es visitado o es partícipe de las actividades diarias que presenta el juego. Su variedad además permite la personalización, buscar entre tus opciones cual es el que más representa al usuario en diferentes días y elegir cuál se le quiere compartir a los demás jugadores ayuda a que cada persona logre expresar de la forma que quiera.



Imagen 21: Al iniciar el juego, se le regala al jugador un símbolo aleatorio. Elaboración propia.

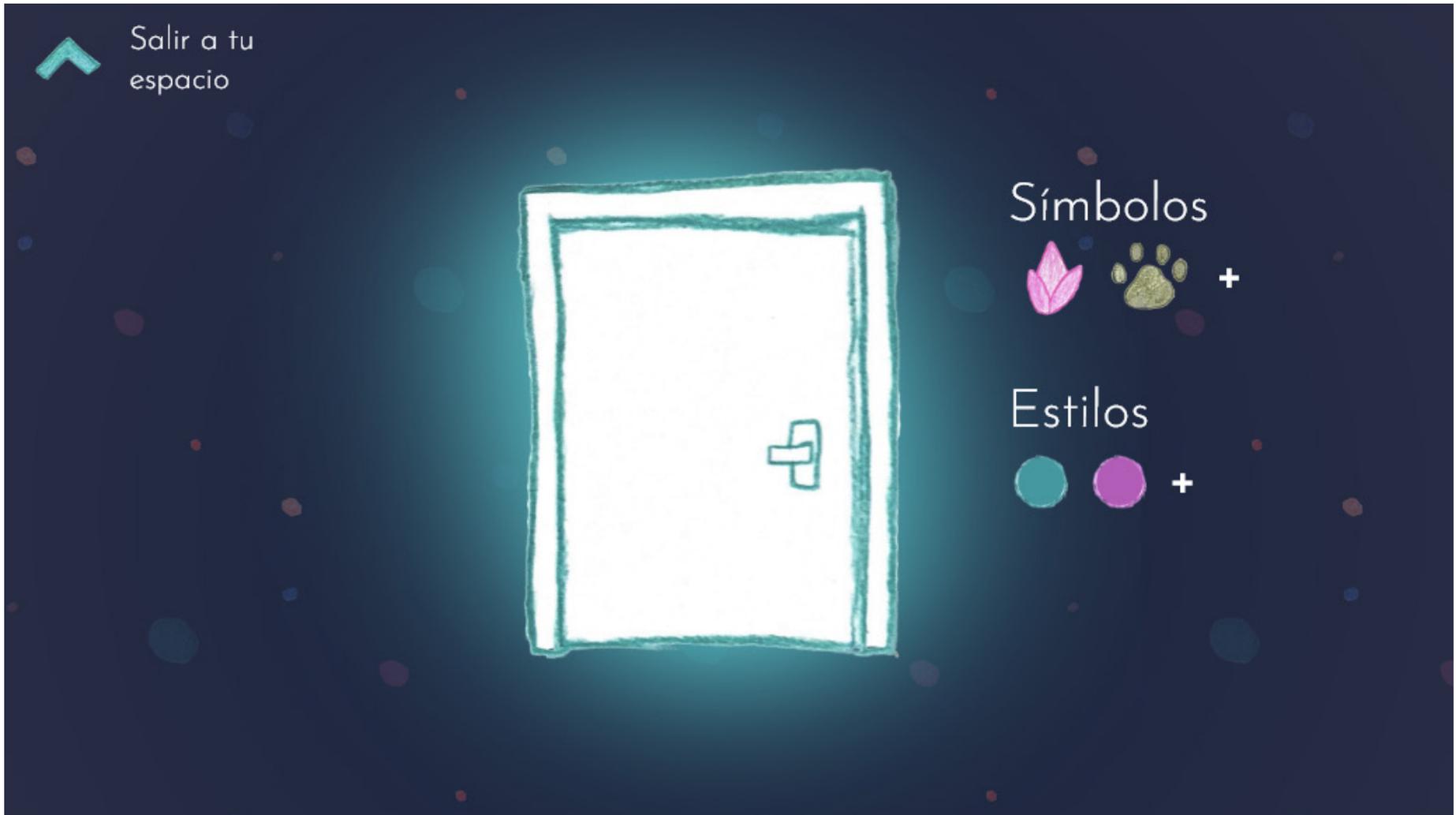


Imagen 22: Menú de personalización de puerta, se puede acceder a la colección de símbolos y estilos de puerta. Elaboración propia.

Visualización de las puertas

El espacio para visualizar las puertas de los demás jugadores, permite observar de manera general las puertas de los demás, viendo qué cosas destacan, el color de sus brillos o las conexiones que han hecho últimamente.

Aquí se quiere que los usuarios se vean inclinados a visitar o interactuar a Pucotús que no han sido tan visitados últimamente, por lo que se hace uso del brillo de la puerta y las líneas que los unen como medio para comunicar el estado de cada uno de los participantes

“Cuando un Pucotú no es visitado mucho, su luz se traspasa a la puerta como un llamado de ayuda”

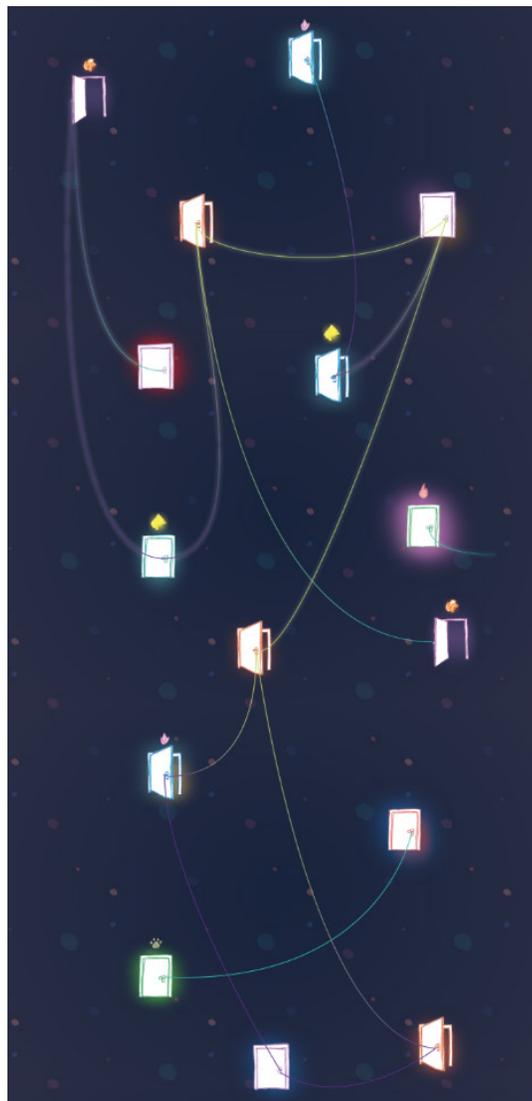


Imagen 23: El jugador puede explorar las puertas libremente, el comportamiento del jugador en el juego definen la forma se visualizan sus puertas. Elaboración propia.

Cartas anónimas

Como se habló en el prototipo 4, las tarjetas diarias buscan de manera más indirecta comunicar a los usuarios del videojuego, mediante dinámicas como marcar colores, caras, o frutas. Que al ser la misma para todos los jugadores permite que al ver la puerta de otro jugador, se tenga una idea de cómo es, cómo se siente o qué quiere expresar la persona detrás de la puerta.

La respuesta que los usuarios marcan cada día, modifica la apariencia, forma o color del brillo de su puerta, haciendo que al momento de alejarse y ver todas las puertas, se pueda visualizar la forma de expresión de los demás jugadores también.

Momento de pausa

Se decidió añadir esta actividad como una forma de ayudar a los adolescentes en su proceso de creación de identidad, teniendo momentos de pausas donde los jugadores pueden por un tiempo entre 1 ó 5 minutos desconectarse de todo, y que pueda ayudar a que en sus momentos de introspección característicos de esta edad, pueden tener una visión un poco más tranquila y alejada de elementos como las redes sociales



Imagen 24: En el espacio del jugador, este puede acceder a momentos de pausa y ejercicios de respiración. Elaboración propia.



Imagen 25: Varios momentos de la dinámica de cartas anónimas, de izquierda a derecha y de arriba a abajo: recibir una carta, abrir carta, escribir carta y publicar carta. Elaboración propia.

Tarjetas diarias

Como se habló en el prototipo 4, las tarjetas diarias buscan de manera más indirecta comunicar a los usuarios del videojuego, mediante dinámicas como marcar colores, caras, o frutas. Que al ser la misma para todos los jugadores permite que al ver la puerta de otro jugador, se tenga una idea de cómo es, cómo se siente o qué quiere expresar la persona detrás de la puerta.

La respuesta que los usuarios marcan cada día, modifica la apariencia, forma o color del brillo de su puerta, haciendo que al momento de alejarse y ver todas las puertas, se pueda visualizar la forma de expresión de los demás jugadores también.

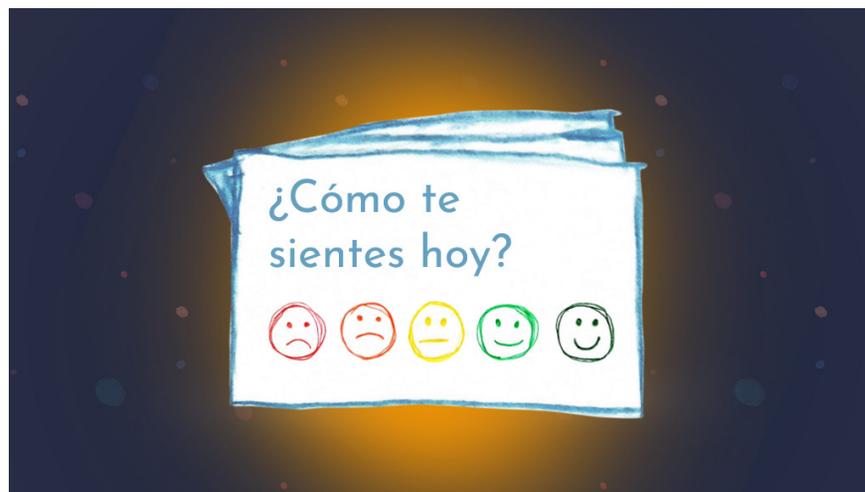
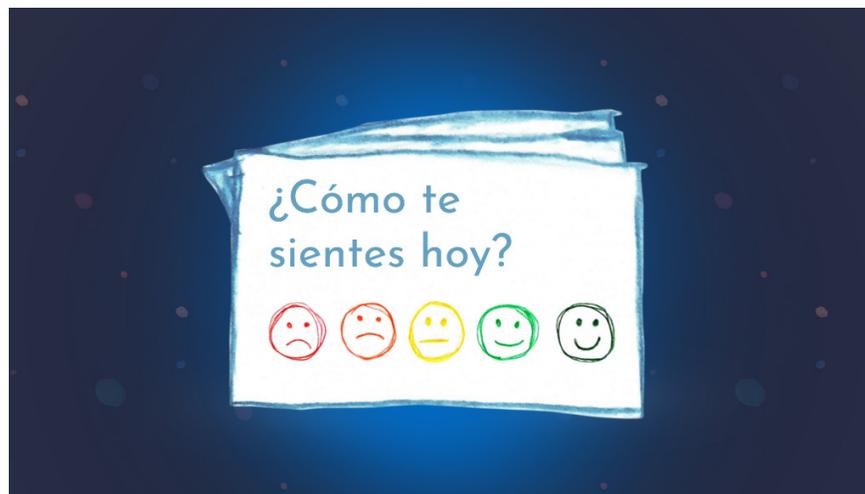


Imagen 26: Las tarjetas cambian su brillo según la respuesta del jugador, lo que a su vez, cambia el brillo de su puerta. Elaboración propia.

Fiestas de té

Esta actividad propone una conversación con otro usuario de una manera más abstracta, permitiendo que mediante dibujos de no más de 20 segundos se pueda establecer un diálogo entre jugadores.

Se buscó aquí que se asimile al concepto de mensajes de humo donde mediante un consenso de señales se pueden comunicar mensajes complejos. Esta actividad da el espacio para que se creen y organicen interacciones por los mismos jugadores, obteniendo resultados y dinámicas que no se pueden predecir al momento de desarrollo del videojuego

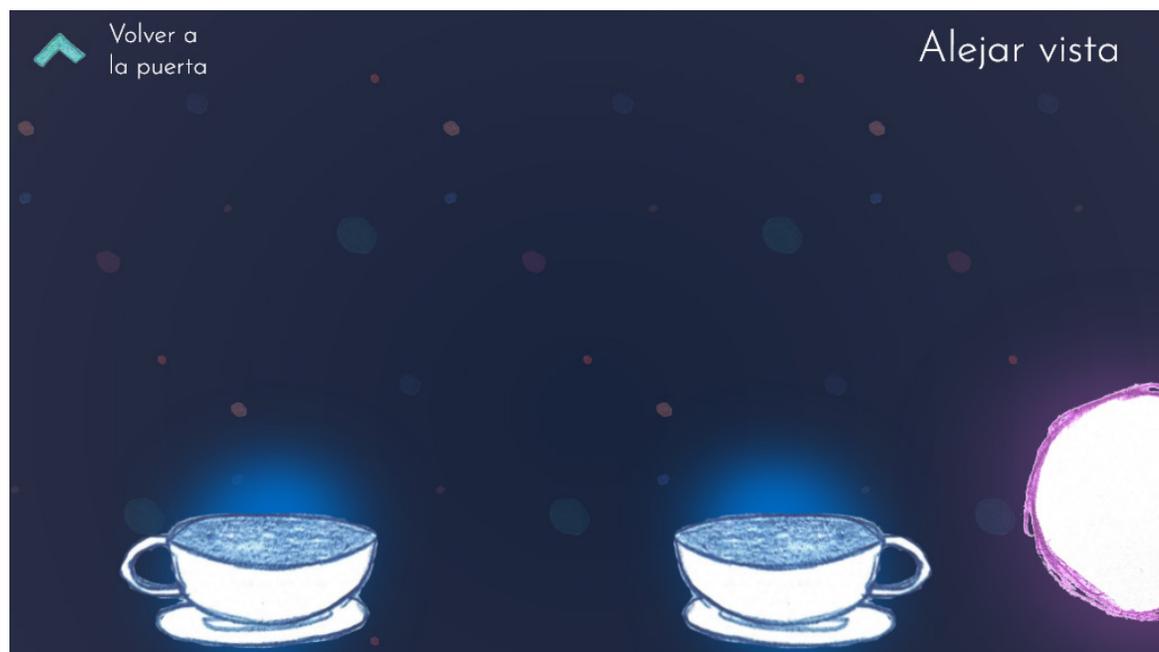


Imagen 27: Interacción inicial de las fiestas de té, esta actividad busca dar espacio para la creación de actividades o dinámicas por parte de los usuarios. Elaboración propia.

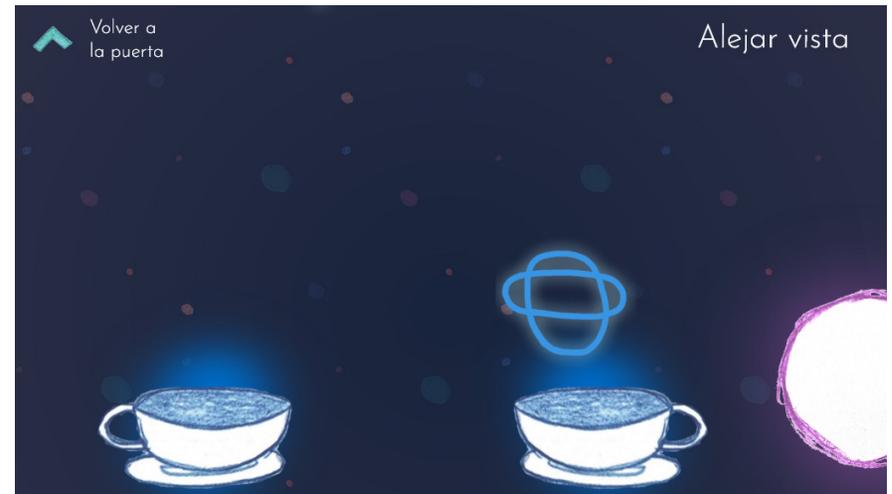
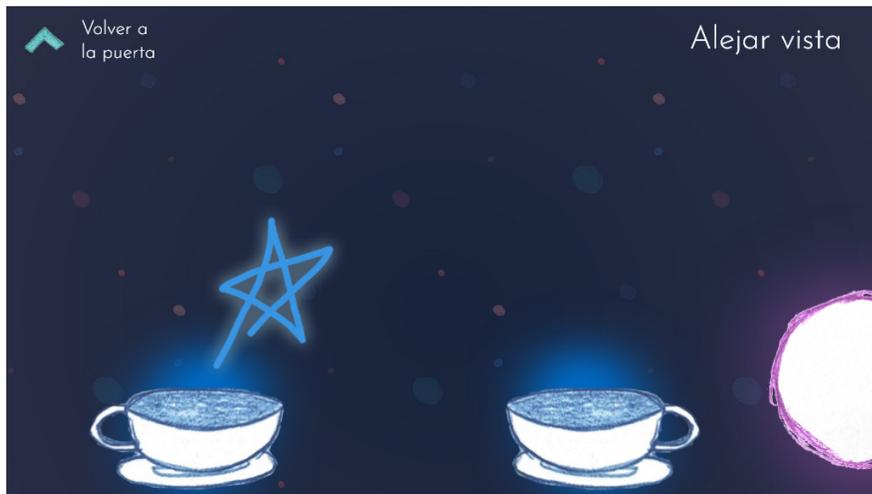


Imagen 28: Cada jugador puede enviar un dibujo de un solo trazo, para esto tiene un máximo de 20 segundos. Elaboración propia.

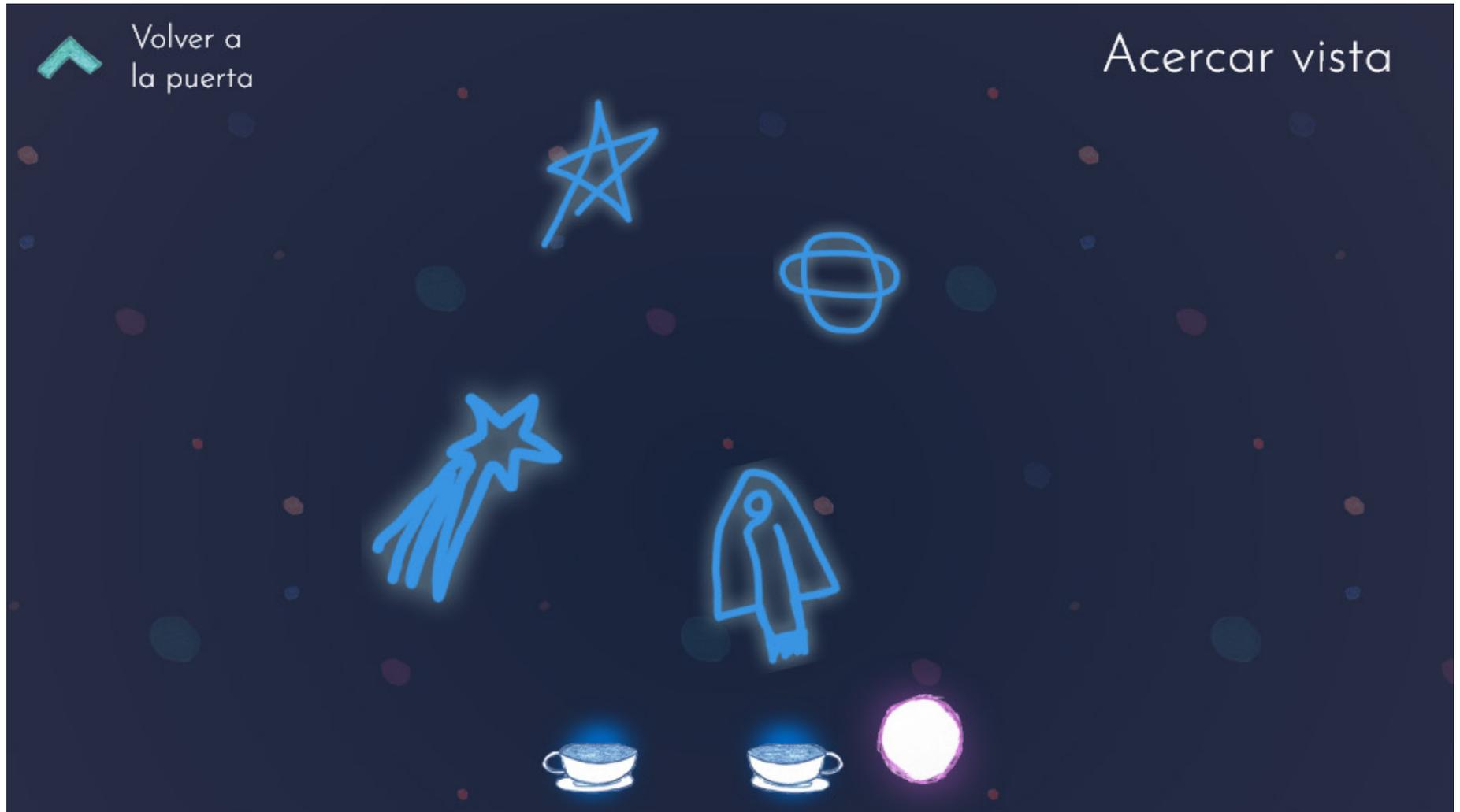


Imagen 29: Durante la fiesta de té es posible alejar la cámara para ver el registro de todos los dibujos que se han mandando durante la sesión. Elaboración propia.

06.2 Decisiones gráficas

Además de las definiciones funcionales del sistema, el aspecto gráfico es fundamental para el mensaje que se quiere transmitir a través del videojuego, de esta forma los aspectos como colores, formas, luces y sombras son primordiales para guiar al usuario dentro de la plataforma. Por otra parte se busca que los aspectos gráficos sean originales y diferentes, de esta forma conducir a un reconocimiento visual de este entre los demás juegos.

Naming

El proyecto fue nombrado Pucotú, siendo esta palabra una sigla de “Puertas como túneles”, se tomó esta decisión ya que el diseño corresponde a un videojuego, se buscó un nombre corto y fácil de recordar.

Puertas como túneles es una referencia literal de la modalidad y forma del juego, donde las puertas cumplen la función de ser los conectores entre los usuarios, tal como lo es un túnel.



Imagen 29: Varias visualizaciones del logotipo del proyecto. Elaboración propia.

Logotipo

Dentro de este se pueden precisar el naming en la tipografía Chelsea Market y a su derecha las ilustraciones que se hicieron representando a los usuarios, de distintos colores y formas con el fin de poner el valor las diferencias existentes de las personas.

Dentro del logo se buscó el protagonismo del naming a través de una tipografía gruesa e irregular, que llamara la atención en relación a los demás elementos.

Patrón de fondo:

Éste está compuesto por una gradiente de color azul marino con manchas de colores, que representan los usuarios pertenecientes al videojuego.

Ilustraciones

Las ilustraciones que se presentan en el juego fueron hechas de forma análoga con lápices de colores y posteriormente escaneadas para el formato digital. Al estar hechos a mano alzada, estas figuras adquirieron rasgos característicos del papel y lápiz, tal como la “línea peluda” que se obtiene al dibujar. Esta cualidad fue adoptada como parte de la línea gráfica, ya que como se explica anteriormente, le añadía un aspecto más cercano.

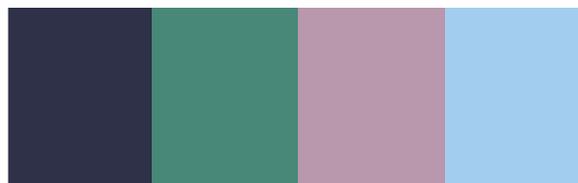


Imagen 30: Paleta de colores usada en elementos digitales.
Elaboración propia.

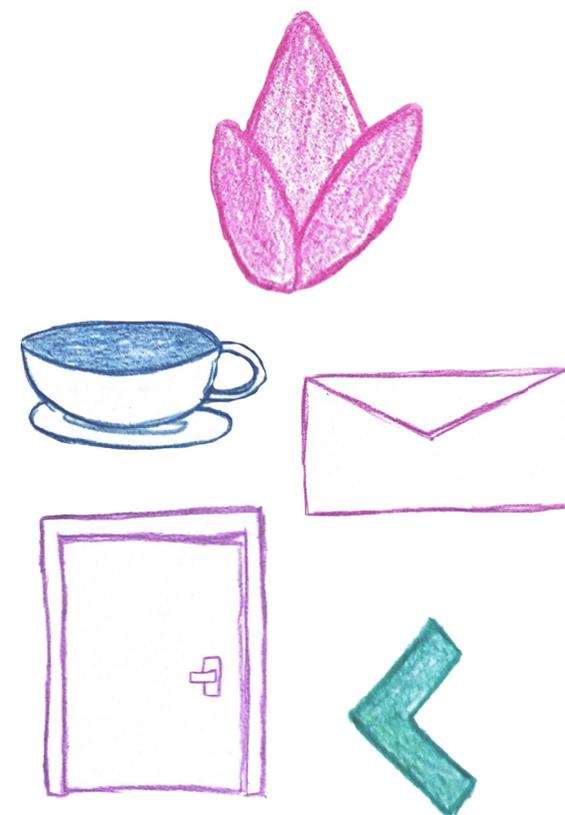


Imagen 31: Varios dibujos usados a lo largo del proyecto.
Elaboración propia.

06.3 Implementación

El juego en primera instancia se publicaría en la plataforma Steam por las cualidades ya descritas anteriormente en el contexto de implementación. El objetivo de este primer paso es llegar a la mayor cantidad de personas al mismo tiempo que se puede recolectar feedback para seguir evolucionando el juego.

Publicar el juego en la plataforma tiene un costo de \$100 dólares, los cuales son devueltos si el juego logra alcanzar los \$1000 dólares de ganancias. Este contrato le otorga a Steam 30% de las ganancias del juego y 70% para el publicante (Steam, 2022). Aquí se publicaría en un precio de \$2.400 pesos chilenos, precio bastante accesible para el contexto de los videojuegos, con las ganancias de esta versión se financiará el desarrollo de una versión posterior para dispositivos móviles.

Al momento de publicar el juego en la plataforma, se deberá empezar a desarrollar la versión para móviles, donde se lograría llegar a aún más usuarios. Idealmente esta versión será gratuita para poblar aún más el juego, incentivando a los jugadores de computador a seguir jugando

e idealmente a seguir teniendo ventas en la plataforma Steam.

Por el lado de la difusión, se planea ocupar la función de Steam para regalar el juego a creadores de contenido, especialmente en Youtube y Tik Tok. Por el lado de Youtube, el 90% de los usuarios reconoce descubrir marcas y productos en esta plataforma (Mohsin, 2020) y de esto no quedan fuera los jugadores que buscan contenido sobre juegos para tomar una decisión sobre adquirir o no uno, por lo que al hacerlo llegar de manera gratuita, se espera que logre captar la atención de algunos creadores de contenido. En Tik Tok el 41% de sus usuarios tiene entre 16 y 24 años (Geysler, 2021) lo que hace que sea la plataforma perfecta para publicitar el proyecto. En esta plataforma además se planea crear pequeños videos que muestren algunas de las interacciones posibles o situaciones interesantes que sucedan en las fiestas de té, las cuales serían enviadas por los mismos usuarios.

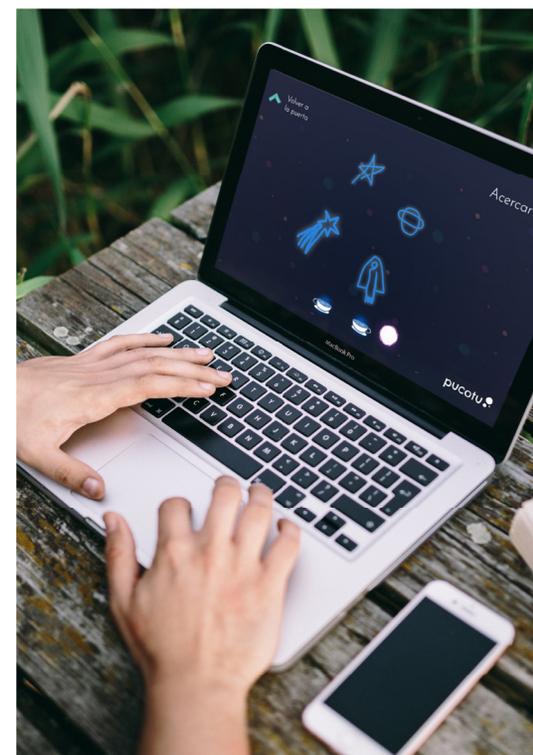


Imagen 32: Previsualización del proyecto en un computador personal. Fotografía por Karolina Grabowska. Elaboración propia.

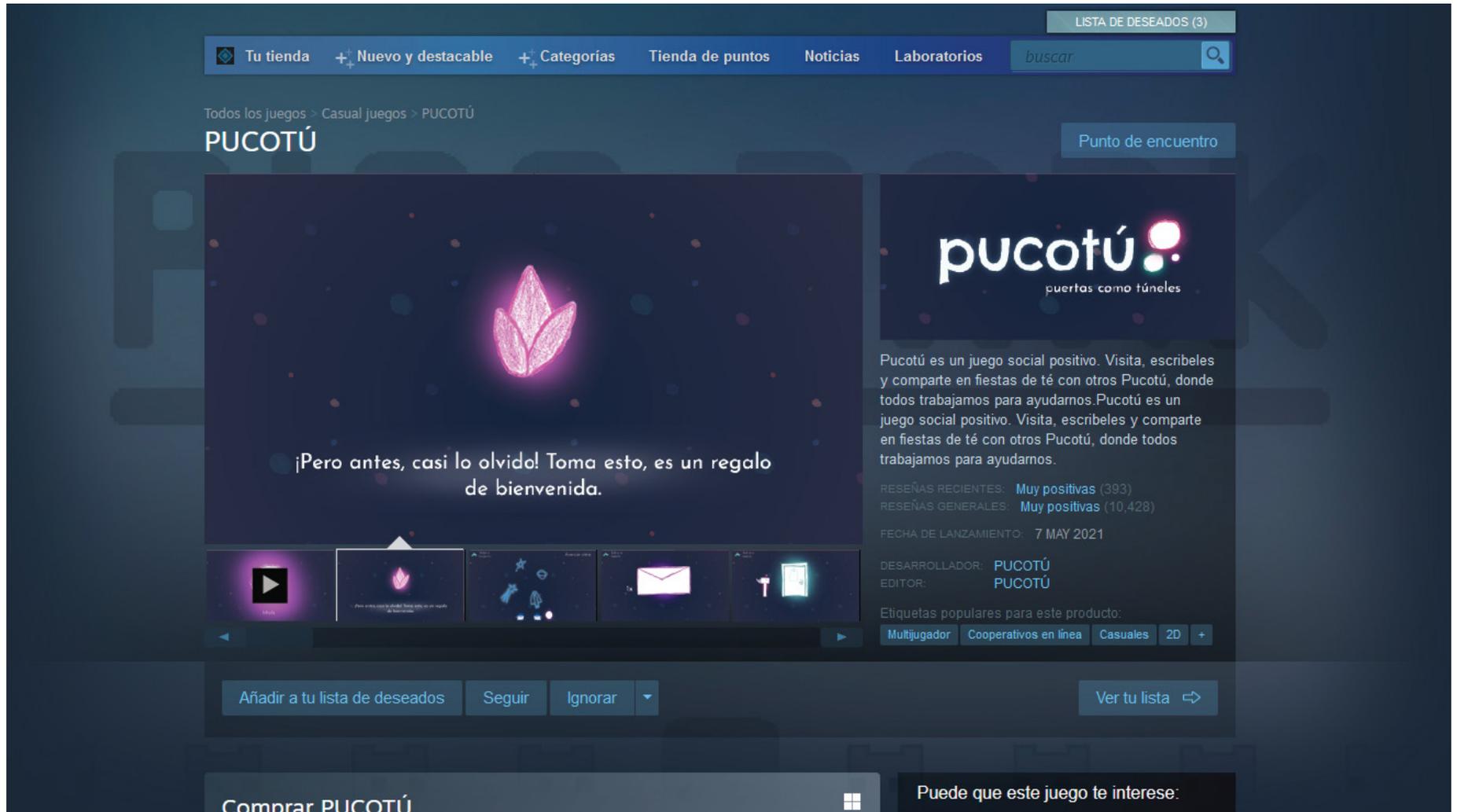


Imagen 33: Previsualización del videojuego en la plataforma Steam. Elaboración propia.

07. Conclusión



07. Conclusión

07.1 Proyecciones

Considerando la naturaleza del proyecto y la idea que se tiene de este para un futuro, es necesario plantearse las proyecciones para que este siga creciendo.

Lo más relevante hacia un futuro, es el diseño de sonido del juego, debido a que este no se llegó a realizar para esta versión por motivos de tiempo y también la falta de las habilidades necesarias para la creación de estos audios. Sin embargo, se prioriza debido a que este aspecto muchas veces es tan importante como la dimensión visual, logrando entregar un juego terminado a los usuarios al momento de su publicación.

Más allá de las plataformas a las que se planea llegar, como se mencionó en el capítulo anterior, el proyecto busca aprovechar al máximo su calidad de software, por lo que mediante actualizaciones constantes se puede motivar al usuario a seguir descubriendo nuevas actividades, volviendo al objetivo original del proyecto, esto permitiría seguir explorando formas de interacción en los videojuegos, ir rotando las que no funcionan o generan efectos negativos en los jugadores. Esto a su vez permite crear símbolos

contingentes a la realidad actual que se esté viviendo, habilitando símbolos según temporadas festivas o eventos importantes.

Otro aspecto al que se planea dirigir el proyecto, es tratar de llegar a otros rangos etarios, ya sea incluyéndose en el mismo juego o creando una versión con una temática más adulta. Ya que este proyecto abordó a los adolescentes debido a que es la edad donde más sentimientos de soledad suelen hacer, sin embargo, de igual manera se presenta en otras etapas.

Finalmente, es importante mencionar que esta primera versión no consideró opciones de accesibilidad como cambios de colores para el daltonismo o inputs de voz. El videojuego busca llegar a la mayor cantidad de adolescentes, por lo que tomar medidas y entregar las herramientas para que el juegos sea accesible para todos es una prioridad para su desarrollo.

07.2 Conclusión

Finalmente, es fundamental hacer un cierre con los aspectos más destacables tanto del proyecto de diseño, como su proceso constructivo. Estos brindaron aprendizajes personales que pueden trascender y ser transmitidos a otras personas, poniendo sobre la mesa temas que hasta la fecha siguen siendo muchas veces tabú, tal como es la soledad. Se cree que hablar de este tipo de sentimientos y por supuesto generar proyectos alrededor de este contribuye a facilitar el enfrentarse a este problema, el cual no es menor ya que como se mencionó anteriormente, podría existir una correlación entre este y el suicidio.

Al mismo tiempo, se pudo concluir que aunque las redes sociales dan espacios para el encuentro y compañía, además de personas que están dispuestas a hacerlo, presentan inconvenientes como la constante comparación social, la cual puede tener el efecto contrario de la compañía, aumentando la angustia y el cuestionamiento propio.

En relación al videojuego, se pudo evidenciar que este logra de manera efectiva generar

vínculos entre los jugadores, por lo que su uso para enfrentar sentimientos de soledad es pertinente y efectivo. En este, dinámicas como la personalización del espacio permiten a los usuarios expresarse de manera que no se genere una comparación social tan influyente en las persona como lo son muchas veces las fotos o historias. Otra dinámica que se destaca como positiva, es la comunicación directa abstracta, tal como se muestra en el videojuego a través de la fiesta de té, la cual logra generar una conversación significativa para los participantes, evitando al mismo tiempo la ansiedad de una conversación a través de su transformación en un juego.

Por último, se presenta que la exploración sobre el videojuego y sus formas de ayudar a sobrellevar sentimientos negativos es una oportunidad para el diseño que se debe seguir investigando, sobre todo cuando se busca generar un proyecto sobre la creación de comunidades virtuales.

08. Referencias



08. Referencias

08.1 Referencias

- Arnaboldi, V., Passarella, A., Conti, M., & Dunbar, R. I.M. (2015). Online Social Networks: Human Cognitive Constraints in Facebook and Twitter Personal Graphs. Elsevier Science.
- Bayer, J., Trieu, P., & Ellison, N. (2020). Social media elements, ecologies, and effects. *Annual Review of Psychology*, 71(1), 471–497. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010419-050944>
- CADEM, Research y Estrategia. (2022, February 3). La Tercera | Generación Z: El 73% de los jóvenes entre 13 y 23 años utiliza Instagram todos los días - Sitio Web Cadem. Cadem. Retrieved February 8, 2022, from <https://cadem.cl/la-tercera-generacion-z-el-73-de-los-jovenes-entre-13-y-23-anos-utiliza-instagram-todos-los-dias/>
- Centro de comunicación de las Ciencias Universidad Autónoma de Chile. (2021, March 29). Suicidio adolescente en Chile - Centro de Comunicación de las Ciencias. Centro de Comunicación de las Ciencias. Recuperado February 15, 2022, de <https://ciencias.uautonoma.cl/noticias/suicidio/>
- Cheng, W. (2014). *Sound Play: Video Games and the Musical Imagination*. Oxford University Press. <https://oxford-universitypressscholarship-com.pucdechile.idm.oclc.org/view/10.1093/acprof:oso/9780199969968.001.0001/acprof-9780199969968>
- Datosmacro. (2021). Suicidios 2020 | datosmacro.com. | datosmacro.com. Recuperado February 6, 2022, de <https://datosmacro.expansion.com/demografia/mortalidad/causas-muerte/suicidio>
- Design Council. (2021). What is the framework for innovation? Design Council's evolved Double Diamond. Design Council. Recuperado February 28, 2022, de <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond>
- de Souza, L. L., & de Freitas, A. A. (n.d.). Consumer behavior of electronic games' players: a study on the intentions to play and to pay. *Revista de Administração*, 52(4), 419-430.
- De Zubiría, M. (2007). *Mil motivos y tres causas del suicidio juvenil* [Tesis psicológica]. <https://www.redalyc.org/pdf/1390/139012670003.pdf>
- Diario UChile. (2021, April 25). Suicidio en jóvenes y pandemia: el rol clave de las comunidades educativas para la prevención. Radio Universidad de Chile. <https://radio.uchile.cl/2021/04/25/suicidio-en-jovenes-y-pandemia-el-rol-clave-de-las-comunidades-educativas-para-la-prevencion/>
- Discord. (2022). About Discord | Our Mission and Values. Discord. Recuperado February 28, 2022, de <https://discord.com/company>
- Durán, E., & Basabe, M. (2013). SALUD MENTAL Y EXPRESIÓN DE LAS EMOCIONES EN EL FACEBOOK. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 6(2), 80-108.
- Figueroa, B., Mollenhauer, K., Rico, M., Salvatierra, R., & Wuth, P. (2017). *Creando Valor a Través del Diseño de Servicios*. Diseño de servicios UC, Escuela de Diseño.
- Fossheim, H. J., Sageng, J. R., & Mandt Larsen, T. (Eds.). (2014). *The Philosophy of Computer Games*. Springer Netherlands.

- Geva, H., Oestreicher-Singer, G., & Maytal, S.-T. (2019). Using Retweets When Shaping Our Online Persona: Topic Modeling Approach. *MIS Quarterly*, 43(2), 501-524. <https://doi-org.pucdechile.idm.oclc.org/10.25300/MISQ/2019/14346>
- Geysler, W. (2021, Agosto 17). ¿Cuánto Cuestan los Anuncios en TikTok? Influencer Marketing Hub. Recuperado Febrero 28, 2022, de <https://influencermarketinghub.com/es/cuanto-cuestan-los-anuncios-tiktok/>
- Gil Juárez, A., Vida Mombiola, T., & E-libro, Corp. (2007). *Los videojuegos*. Barcelona: Editorial UOC
- Holtz, P., Kronberger, N., & Wagner, W. (2012). Analyzing internet forums: A practical guide. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*, 24(2), 55-66. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000062>
- Huizinga, J. (2012). *Homo ludens* (E. Imaz, Trans.). Grupo Anaya Comercial.
- Kind Words. (2019). Kind Words (lo fi chill beats to write to) on Steam. Steam. Recuperado February 28, 2022, de https://store.steampowered.com/app/1070710/Kind_Words_lo_fi_chill_beats_to_write_to/
- Koster, R. (2013). *A Theory of Fun for Game Design*. O'Reilly.
- Lee, S.-Y., Hansen, S. S., & Lee, J. K. (2016). What makes us click “like” on Facebook? Examining psychological, technological, and motivational factors on virtual endorsement. *Computer Communications*, 73(Part B), 332-341. <https://doi.org/10.1016/j.comcom.2015.08.002>
- Lupi, G., & Posavec, S. (n.d.). THE PROJECT – Dear Data. Dear Data. Recuperado February 28, 2022, de <http://www.dear-data.com/theproject>
- Marcia, J. E. (1966). Development and validation of ego-identity status. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3(5), 551-558. <https://doi-org.pucdechile.idm.oclc.org/10.1037/h0023281>
- Martin Roncero, U., & González Rabago, Y. (2021). Soledad no deseada, salud y desigualdades sociales a lo largo del ciclo vital. *Gaceta Sanitaria*, 35(5), 432-437. Scielo. https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0213-91112021000500432
- Ministerio de Salud de Chile. (2021). Herramientas de apoyo para la prevención del suicidio. Ministerio de Salud. https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2021/09/Herramientas_SaludMental_Sept2021.pdf
- Mohsin, M. (2020, February 5). Estadísticas YouTube 2021 [Infografía] - 10 Datos fascinantes de YouTube. Oberlo. Recuperado February 28, 2022, de <https://cl.oberlo.com/blog/estadisticas-youtube>
- Niantic & Nintendo. (n.d.). Pikmin Bloom - Apps en Google Play. Google Play. Recuperado February 28, 2022, de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.nianticlabs.pikmin&hl=es_CL&gl=US
- Oreilly, D. (2017). *Everything on Steam*. Steam. Recuperado February 28, 2022, de <https://store.steampowered.com/app/582270/Everything/>
- Palihapitiya, C. (2020). *The Social Dilemma* [Entrevista en Documental].
- Parra Castillón, E. (2010). *Las redes sociales de Internet: también den-*

- tro de los hábitos de los estudiantes universitarios. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 9(17), 107-116. <https://www.redalyc.org/pdf/4915/491549024008.pdf>
- Perlman, D., & Peplau, L. A. (Eds.). (1982). *Loneliness: A Sourcebook of Current Theory, Research and Therapy*. Wiley.
- Ponce, C. (2017). Internet, nuevas formas de acción colectiva y subjetividades políticas : movilizaciones estudiantiles chilenas del 2011. *Persona y sociedad*, 31(2), 173-196.
- Portilla, C. (2020, December 22). Among Us rompe el récord de jugadores mensuales con más de 500 millones de usuarios. *La Tercera*. <https://www.latercera.com/mouse/among-us-rompe-el-record-de-jugadores-mensuales-con-mas-de-500-millones-de-usuarios/>
- Posavec, S., & Lupi, G. (2016). *Dear Data*. Princeton Architectural Press.
- Real Academia Española. (2022). algoritmo | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE - ASALE. *Diccionario de la lengua española*. Recuperado February 18, 2022, de <https://dle.rae.es/algoritmo>
- Reddit. (n.d.). r/place icon. *Reddit*. Recuperado February 28, 2022, de <https://www.reddit.com/r/place/>
- Rodríguez, R. (2016). *Videojuegos. La explosión digital que está cambiando el mundo. Héroes de papel*.
- Rotenberg, K. J., & Hymel, S. (Eds.). (1999). *Loneliness in Childhood and Adolescence*. Cambridge University Press.
- Salen, K., & Zimmerman, E. (2004). *Rules of play : game design fundamentals*. The MIT Press.
- Singer, R. (2019). *Shape Up: Stop Running in Circles and Ship Work that Matters*. <https://basecamp.com/shapeup/webbook>
- Steam. (2022). *The Ultimate Online Game Platform*. Steam. Recuperado February 28, 2022, de <https://store.steampowered.com/about/>
- Steers, M.-L., Wickham, R., & Acitelli, L. (n.d.). Seeing everyone else's highlight reels: How Facebook usage is linked to depressive symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 33(8), 701-731. <https://psycnet.apa.org/record/2014-45138-002>
- Steers, M.-L. N., Wickham, R. E., & Acitelli, L. K. (2014). Seeing Everyone Else's Highlight Reels: How Facebook Usage is Linked to Depressive Symptoms. *Journal of Social & Clinical Psychology*, 33(8), 701-731. <https://doi-org.pucdechile.idm.oclc.org/10.1521/jscp.2014.33.8.701>
- Turkle, S. (2012). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books.
- UNIAT. (2020). *Estadísticas: Industria de los Videojuegos 2020*. UNIAT. Recuperado February 7, 2022, de <https://www.uniat.edu.mx/estadisticas-industria-vjs-2020/>

pucotú 
puertas como túneles

