





# UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN JUAN

Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño

## TEMA

Identidad, promoción y difusión de un videojuego

## TÍTULO

CACEROLAS & DRAGONES

POR: **GABRIEL E. SALCEDO Z.**

Trabajo final presentado a la Facultad de Arquitectura,  
Urbanismo y Diseño de la Universidad Nacional de San Juan,  
para optar al título de profesional de **DISEÑADOR GRÁFICO.**

## CÁTEDRA:

PROFESOR TITULAR: D.I. LEONARDO FICCARDI

PROFESOR ADJUNTO: D.G. VIVIANA LILLO

JEFE DE TRABAJOS PRÁCTICO: D.G. EMILIO CARRIZO

**NOVIEMBRE 2017**

SAN JUAN ARGENTINA

# INDICE

<b>DIAGNÓSTICO / INVESTIGACIÓN</b>	Tema.....	1
	Título.....	1
	Problema.....	1
	Justificación .....	1
	Factibilidad .....	1
	Marco Téorico .....	2
	Briefing Creativo.....	8
	Antecedentes.....	10
	Objetivos.....	17
<b>PRESCRIPCIÓN</b>	Estrategias.....	18
<b>SOLUCIÓN</b>	Anteproyecto.....	21
<b>REALIZACIÓN</b>	Proyecto.....	26
	Piezas Gráficas.....	45
	Promoción y Difusión.....	61
	Contextualización.....	61
	Bibliografía.....	67

# **INVESTIGACIÓN / DIAGNÓSTICO**

**TEMA**

Identidad, promoción y difusión de un videojuego

**TÍTULO DEL PROYECTO**

Cacerolas & Dragones

**PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA/NECESIDAD**

A partir de la decisión de auto publicar un videojuego independiente surge la necesidad de desarrollar un sistema complejo de piezas multimediales tales como, escenarios, personajes, ilustraciones, iconos y una interfaz gráfica que permita comunicar al jugador las mecánicas y reglas del juego de una forma fluida, clara y veloz al mismo tiempo que cada elemento del mismo ayude a fortalecer su propia identidad.

**JUSTIFICACIÓN**

El videojuego "C&D" necesita de una interfaz y piezas gráficas que le comuniquen de una forma veloz y clara al jugador como debe usar el juego para que este sea funcional al mismo tiempo que estas piezas definan una identidad atractiva para que sea competitivo con otros juegos del mercado.

**FACTIBILIDAD**

Al ser un proyecto independiente, cuenta con recursos muy reducidos para su realización, por ello se plantea un videojuego con bajos costos de producción, desarrollado en 2D, teniendo como gastos principales el arancel de un programador.

### IDENTIDAD

“Según Joan Costa (1999), la identidad es el conjunto coordinado de signos visuales por medios de las cuales la opinión pública reconoce instantáneamente y memoriza a una entidad o un grupo como institución. Los signos que integran el sistema de identidad corporativa tiene la misma función, pero cada uno posee características comunicacionales diferentes. Estos signos se complementan entre si, con lo que provocan una acción sinérgica que aumenta su eficiencia en conjunto.”

#### **SIGNOS DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA**

##### LINGÜÍSTICA

El nombre de la empresa o producto es un elemento de designación verbal que el diseñador convierte en una grafía diferente, un modo de escritura exclusiva llamada logotipo.

##### ICÓNICA

Se refiere a la marca gráfica o distintivo figurativo de la empresa. La marca cristaliza un símbolo (un signo convencional portador de significado), que cada vez responde más a las exigencias técnicas de los medios.

##### CROMÁTICA

Consiste en el color o colores que la empresa adopta como distintivo emblemático.

#### **LA IDENTIDAD SE DEFINE EN 5 NIVELES**

##### IDENTIDAD CULTURAL

Definir la cultura que rodea a la organización, es decir, los valores, experiencias, creencias, emociones con los que el consumidor se puede identificar para generar una respuesta o un cambio de conducta hacia la marca/empresa.

Las fórmulas para implicar al consumidor pueden ir desde crear productos interactivos, personalizar el producto hasta fórmulas que estimulen sus cinco sentidos.

### IDENTIDAD VERBAL

Definir el nombre de la empresa y de sus productos para identificar verbalmente a la marca.

### IDENTIDAD VISUAL

Definir el símbolo que identifica visualmente a la empresa, como el logotipo.

### IDENTIDAD OBJETUAL

Definir una unidad de estilo y diseño para todos los productos que sean reconocibles al tacto.

### IDENTIDAD AMBIENTAL

Definir una 'arquitectura corporativa' para el lugar donde se encuentre la empresa, las sucursales, puntos de venta, sedes, etc. Que sea acorde a la imagen global de la empresa. El factor ambiental comunica la identidad de la empresa a través de elementos como el diseño de los espacios, los colores, la iluminación, el olor, la música ambiente, la atención al cliente, el servicio, o la propia ubicación del establecimiento dentro de la ciudad. Todo comunica. Sólo una vez que la marca o empresa tiene clara su identidad puede desarrollar una estrategia de comunicación y de imagen acorde para proyectar esa identidad y posicionarla en la mente de los consumidores. El Director o responsable de comunicación es el guardián de esa imagen y el encargado de hacer que tenga coherencia en los 5 niveles.

### ¿QUE ES UN JUEGO?

Según Jhoan Huizinga (1938) el juego es una acción u **ocupación libre**, que se desarrolla dentro de unos **límites temporales y espaciales** determinados, según **reglas** absolutamente obligatorias, aunque **libremente aceptadas**, acción que tiene su fin en sí misma y va acompañada de un **sentimiento de tensión y alegría** y de la conciencia de “**ser de otro modo**” que en la vida corriente.

### CARACTERÍSTICAS DE UN JUEGO

Según Caillois (Los juegos y los hombres. 1958) Los juegos presentan estas características en su naturaleza de actividad:

1. Libre
2. Separada
3. Incierta
4. Improductiva
5. Reglamentada y
6. Ficticia.

### ¿QUE ES UN VIDEOJUEGO?

Según Durgan A. Nallar (Estructura lúdica, 2015) “Un videojuego es un sistema informático en el que intervienen múltiples tecnologías y disciplinas artísticas para crear un espacio de ficción con desafíos y objetivos, donde una o más personas se divierten e interactúan para expresarse, socializar y aprender.”

### ALGUNOS CONCEPTOS A TENER EN CUENTA

#### GUI

Acrónimo del inglés Graphical User Interface (Interfaz Gráfica de Usuario)

### EL GÉNERO BEAT'EM UP O BRAWLER

También llamados «videojuegos de lucha a progresión», son vídeo juegos similares a los de lucha, con la diferencia que en este caso, los jugadores deben combatir con un gran número de individuos mientras avanzan a lo largo de varios niveles, desplazándose por escenarios vistos normalmente en perspectiva lateral. Los enfrentamientos suelen ser cuerpo a cuerpo, aunque no es infrecuente el uso de armas de fuego.

### MODELO M.D.A.

El **MDA** es un marco académico dentro de la industria de los videojuegos que tuvo un gran alcance. Desarrollado por, Marc LeBlanc , Robert Zube y Robin Hunicke (2004).

**¿Qué es la MDA?** Ni más ni menos que el corazón de diseño de un juego: la mecánica, la dinámica y la estética.

En diseño de juegos, **MDA** se refiere una herramienta utilizada para analizar juegos, basada en diferenciar 3 capas que definen un juego: **Mecánicas, dinámicas y estéticas**. La idea fue desarrollada por Robin Hunicke, Marc LeBlanc y Robert Zubek (), formalizando el uso de estas palabras que son habitualmente utilizadas en discusiones y artículos sobre diseño de juego.

LeBlanc (2004). Definen un juego en términos de su Mecánica, Dinámica y Estética:

“La **mecánica** es un sinónimo para las “reglas” de un juego. Estas son las restricciones bajo las que opera un juego. ¿Cómo se inicia el juego? ¿Qué acciones pueden tomar los jugadores, y qué efectos tienen esas acciones sobre el estado del juego? ¿Cuándo termina el juego, y cómo se determina una resolución? Estas preguntas son definidas por la mecánica.”

“La **dinámica** describe la partida de un juego cuando las reglas se ponen en movimiento. ¿Qué estrategias emergen de las reglas? ¿Cómo interactúan los jugadores unos con otros?

“La **estética** (en el sentido que le da el MDA) no solo se refiere a los elementos visuales del juego, sino a la experiencia del jugador dentro del juego: el efecto que tiene la dinámica sobre los propios jugadores. ¿Es “divertido” el juego? ¿La partida es frustrante, aburrida o interesante? ¿La partida es emocionalmente o intelectualmente enganchadora?

### **Los videojuegos independientes**

(comúnmente conocidos como indie games) son videojuegos creados por individuos o pequeños grupos, sin apoyo financiero de distribuidores. Los videojuegos independientes a menudo se centran en la innovación y se basan en la distribución digital. Los juegos indie han visto un aumento en los últimos años, principalmente debido a los nuevos métodos de distribución en línea y herramientas de desarrollo.

### **HUD**

Acrónimo del término inglés Heads-Up Display (Presentación de Información). Conjunto de iconos, números, mapas, etc. Que durante el juego nos dan información sobre el estado de nuestra partida y/o nuestro personaje, como por ejemplo vida restante, ubicación, munición, objetos en uso, etc. También se denomina interfaz o UI (User Interface).

### **Jugabilidad**

Característica de un videojuego que mide la calidad de la experiencia de un jugador al interactuar con él. Suele tomar en cuenta parámetros como la facilidad de manejo o aprendizaje de los controles, la variedad de acciones, la precisión o efectividad, la inmersión o la satisfacción del control.

### CONCLUSIÓN

Creo que a lo largo de los años que vienen, seremos testigos de un estudio cada vez más detallado del diseño de videojuegos. Los videojuegos están ocupando el lugar que les corresponde, como medio de expresión, interacción y arte. Todavía queda mucho por hacer, pero estoy convencido que el diseño de videojuegos, con las nuevas tecnologías, con la realidad aumentada y las maravillas que están por llegar, se impondrá con fuerza en los medios académicos de la industria del videojuego. Ahora mismo un “game designer” no es nada más que lo que una empresa crea, quiere o necesite que sea. Dentro de unos años, todos sabrán muy bien qué hace y que no hace un diseñador de videojuegos.

# **BRIEFING CREATIVO**

### DEFINICIÓN DEL TRABAJO

A partir de la decisión de autopublicar un videojuego independiente, con el nombre Cacerolas & Dragones del género Bea´em up para celulares que recrea una aventura épica de repartidores de comida ambientado en un mundo medieval basado en la mitología del clásico juego de rol “Dungeon & Dragon”, C&D se define bajo un tono más absurdo que su referente, donde fusiona en un mismo universo el mítico mundo de dragones y mazmorras con las actuales cadenas de comida.

### BACGROUND

El proyecto de este videojuego independiente busca competir con cualquier videojuego existente en el mercado, tanto por calidad gráfica como funcional.

### TARGET

El videojuego está dirigido para la generación millennials, mayores de 25 años, y para usuarios de dispositivos móviles.

### OBJETIVO

El objetivo que busca sobre el usuario es puramente de entretenimiento y su utilización está pensada para momentos de óseo.

### ELEMENTOS OBLIGATORIOS

El videojuego debe presentar los símbolos legales del sistema PEGI y isologotipo institucionales de autoría.

El videojuego está orientado principalmente para Tablet y celulares, lo que obliga a un desarrollo completamente touch, está desarrollado con gráficas 2D y con el software Construct2.

### PRESUPUESTO

El costo para realizar el juego depende de las licencias necesarias para su desarrollo, aranceles de programación y los costos establecidos por las plataformas de distribución como playstore.

# **RECOPIACIÓN Y ANÁLISIS DE ANTECEDENTES**

**ANTECEDENTE  
INDIRECTO**

Evgeny Polukhin

Las ilustraciones de Evgeny Polukhin

Evgeny Polukhin es un ilustrador Russo, su obra se caracteriza por la alta paleta cromática y distintivos trazos en sus trabajos. Sus ilustraciones no están orientadas al campo de los videojuegos pero aun así están fuertemente inspiradas en ellos, cosa que se deja ver rápidamente en su trabajo.

He aquí una pequeña recopilación de ilustraciones medievales más relevantes para este proyecto.



ANTECEDENTE  
INDIRECTO

**Evgeny Dally**

Ilustrador y diseñador español dedicado a hacer concep para proyectos de videojuegos, en su obra se aprecia marcas, personajes e interfaces para videojuegos con una gran variedad de estilos y paletas. En su gran mayoría trabajos vectorizados al igual que el proyecto "C&D" que se plantea en este informe.



**ANTECEDENTE  
DIRECTO**

**Viking Squad**

Ilustrado por el artista canadiense Jesse Turner, "Viking Squad" es un juego medieval del género **Beat 'Em Up** desarrollado por slick entertainment. Con gráficas 2D con ilustraciones planas y animado por medio de la técnica **cut-out**, ambientado en una época medieval de la cultura vikinga, por el estilo gráfico, género de videojuego, técnica de animación y ambientación mantiene una relación directa con "C&D".



## ANTECEDENTE DIRECTO

### Dungeon & Dragon (D&D)

Es el padre de los juegos de mesa de Rol, el mundo fantástico en el que esta ambientado, a servido de inspiracion en películas, series, historias y de un sin fin de juegos.

D&D es el referente al cuál parodia el mismo Cacerolas & Dragones, es a éste al que hace constante referencia, aunque cabe destacar que es meramente conceptual, debido que D&D no es un videojuego, si no más bien un manual de reglas he historias para que los usuarios creen sus propias aventuras.



ANTECEDENTE  
INDIRECTO

Pablo Hernandez

Ilustrador de personajes de videojuegos de españa, su obra se caracteriza por tener ilustraciones muy caricaturescas, con una paleta cromática basta pero no saturada, su trazo es firme y predomina en los contornos a diferencia de otros ilustradores de videojuegos que optan por omitirlo.



ANTECEDENTE  
INDIRECTO

Marcas De  
Videojuegos



Una característica muy significativa en las marcas de videojuegos, presente también en los isologos de las tapas de cine, es su libertad en el uso de una paleta cromática extensa y de recursos complejos como texturas o degradados para su elaboración. Son el resultado de un soporte menos exigente y más permisivo de medios de representación (Tv, celular, web, consolas).

Las marcas de videojuegos son sin duda muy diferentes a lo que puede ser la construcción sintáctica de una marca de una institución o una empresa, ya que estas están fuertemente ligadas al rubro del entretenimiento, usan en su gran mayoría las funciones fáticas y denotativas de la comunicación, y como recurso gráfico esta fuertemente presente la tipografía y pequeños elementos referenciales que rara vez son el elemento principal. Es decir, en su mayoría son logotipos.

## **OBJETIVOS GENERAL**

Desarrollar un sistema complejo de comunicación visual de un videojuego .

## **OBJETIVO ESPECIFICO**

Generar una marca, personajes, interface y escenarios que determinen una identidad al juego.

Generar una estructura de comunicación gráfica que le permita al usuario saber dentro del videojuego que hacer y como hacerlo.

LLevar los conceptos de D&D a una sátira con la cual generar piezas de un videojuego.

Generar conceptos mediante la fusión del mundo de fantasía de D&D y las cadenas de comida modernas.

Lograr comunicar de forma veloz y simple sus mecánicas de uso al mismo tiempo que creé y fortalezca la identidad del mismo.

# **PRESCRIPCIÓN**

### ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Desde el recurso del humor y la sátira despertar el interés y el receptor, uniendo dos estilos muy diferentes y bien definidos. Por un lado "Fast Food" (ejem: McDonald's, BurgerKing, etc) y el género de fantasía medieval (ejem: Señor de los anillos, Juego de tronos, Calabozos y dragones).

### ESTRATEGIA CREATIVA

Fusionar dos estilos de alto contraste como son las cadenas de comida rápida (fastfood) teniendo en cuenta sus paletas cromática, uso de elementos, uniformes, la forma de exposición del producto, etc.

En contra parte el uso de los recursos del género de fantasía medieval, como su mitología de personajes y creaturas, estilos gráficos, paleta cromática.

Fusionar los estilos de dos grandes referentes como McDonald's y el clásico juego de Rol "Calabozos & Dragones", se busca generar una sátira de ambos, para crear un concepto nuevo dentro del plano de lo absurdo sobre el cual se va a desarrollar las gráficas de C&D.

### ESTRATEGIA DE MEDIOS

La distribución del videojuego es por medio digitales. Principalmente en repositorios de videojuegos para celular: PlayStore, para la plataforma android. App Store, para la plataforma de IOS.

La promoción del videojuego también por medio digitales, tales como:

Web

Facebook

Foros

Sistema de promoción de PlayStore.

Sistema de promoción de App Store.

El material promocional más fuerte va ser un spot animado con un breve gameplay del juego.

## Programa de diseño / Plan de acción

Desarrollo de la marca para el videojuego.

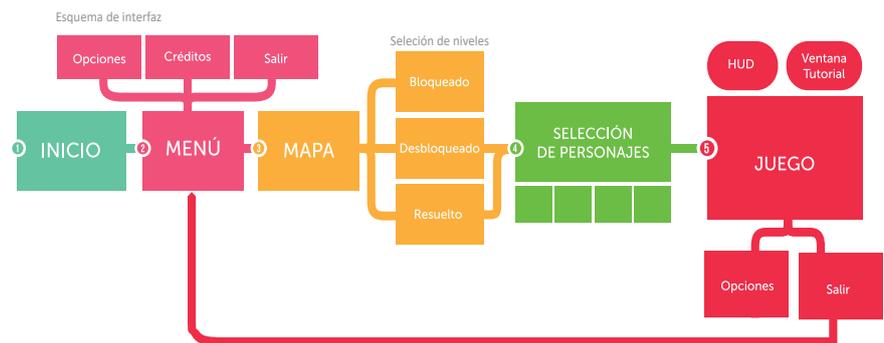
Personajes.

Escenario.

Gui (interfaz)

Hud

## Plan de pantallas para videojuego:



# SOLUCIÓN

## ANTEPROYECTO

Selección de naming

### “CACEROLAS & DRAGONES”

Frente al mayor referente del género “Dungeon & Dragon” conocido en español como “Calabozos & Dragones” se pensó en un nombre referencial que acompañará en modo de sátira el concepto de las comidas rápidas y al género medieval, reemplazando el conocido “Calabozos” por “Cacerolas” llevando una idea de ídoles épicos a algo menos trascendental y transformándolo en algo trivial e irónico, este concepto esta presente en la mayor parte de las piezas de este proyecto, y lleva la idea de que algo tan fantástico y peligroso como un mundo de caballeros, magos y dragones puede convivir con un grupo de repartidores de comida que solo trata de sobrevivir para llevar a tiempo un simple encargo.



UNA AVENTURA ÉPICA DE REPARTIDORES DE COMIDA.

## ANTEPROYECTO

### Proceso de Marca



El primer intento de la marca se basó en la recreación de una forma de criatura no figurativa, al mismo tiempo que aludía los carteles medievales de los basares antiguos. Los trazos irregulares mantenían relación con las demás ilustraciones dentro del sistema al igual que la cantidad de elementos en la paleta cromática, teniendo un poco más de variedad en sus colores. La tipografía acentuaba los tintes de humor dentro del juego.

Los inconvenientes de esta propuesta eran rápidamente visibles en problemas estructurales de legibilidad cuando sufría una escala poco significativa, la gama de colores terminaba siendo aburrida y poco divertida, era escasa en comparación a las usadas en el mercado, además de tener una forma confusa su dualidad no permitía definirla como criatura ni como cartel.

## ANTEPROYECTO

Proceso de Marca



Un modelo de marca más denotativo y metalingüístico si se lo clasifica en las funciones de Jakobson, más simple para un público menos exigente y que busca una selección veloz dentro del gran mercado de videojuegos móviles. Es decir, en este modelo no se busca más que denotar por medio de la imagen lo que por texto entendemos, en lo que en la retórica metalingüística del lenguaje se entiende como el propósito de explicar algún aspecto del lenguaje mismo. Quiere decir, que se emplea el lenguaje para hablar sobre aspectos del propio lenguaje.

Una cacerola y un dragón, una forma rápida de transmitir sin rodeos de que trata "C&D", Aunque es un concepto lógico y legítimo, aún no se acerca a una propuesta lo suficientemente atractiva que cumpla con las demandas del proyecto.

## ANTEPROYECTO

Proceso de Marca

**CACEROLAS**  
**DRAGONES**

**CACEROLAS &**  
**DRAGONES**

**CACEROLAS &**  
**DRAGONES**  
**INDIE GAME**

Más próximos al desarrollo final de la marca, se proyecta sobre una estrategia más competitiva, como explicamos anteriormente en este proyecto en el análisis de marca de videojuegos, las marcas de videojuego en su gran mayoría predomina el logotipo sobre el isotipo, siendo “dragones” el elemento principal, con detalles denotativos muy sutiles, como una textura y un ojo de reptil interviniendo la tipografía. En un color rojo vivo con un sutil degrade amarillo en tonos saturados que aluden a un juego alegre y vivas con guiños míticos de la mitología mágica. Por su cuenta, “Cacerolas” por encima del resto del logotipos pero con menor jerarquía se presenta en un tono más frío de color celeste desaturado con un filtro más sutil que simula el brillo de una cacerola pulida.

Esta propuesta alcanza un acabado casi final, legible y vistosa, con un tratado volumétrico de luces y sombras, con una paleta cromática extensa. Cumple con las demandas del mercado.

## PROYECTO

Marca

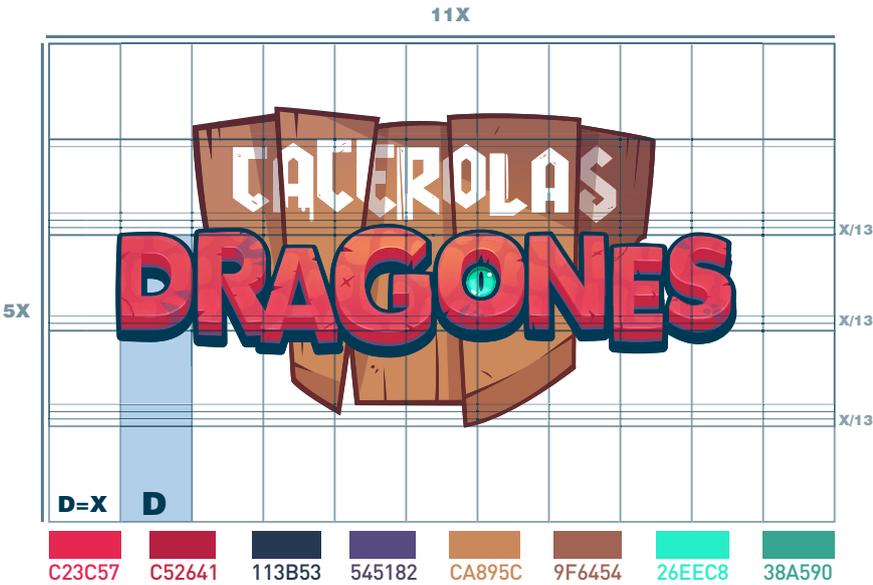


C&D es una marca referencial que usa elementos denotativos para resaltar visualmente y enfatizar por medio del uso de altos niveles de detalles en su ilustración.

Tomando como “dragones” el elemento principal con detalles denotativos muy sutiles, como una textura y un ojo de reptil interviniendo la tipografía. En un color rojo vivo con un débil degrade amarillo en tonos saturados que aluden a un juego alegre y vivas con guiños míticos de la mitología mágica.

“Cacerolas” por encima pero con menor jerarquía de “Dragones”, recrea el broche improvisado en un cartel/escudo de madera, dando una impronta mas relajada pero sin descuidar el estilo medieval que contextualiza el juego.

GRILLA  
CONSTRUCTIVA



Viking Hell



Plump BLk NT  
black

## TIPOGRAFÍAS

### Viking Hell

A B C D E F G H I J L  
M N Ñ O P O R S T U  
U W X Y

### Plump BLk NT black

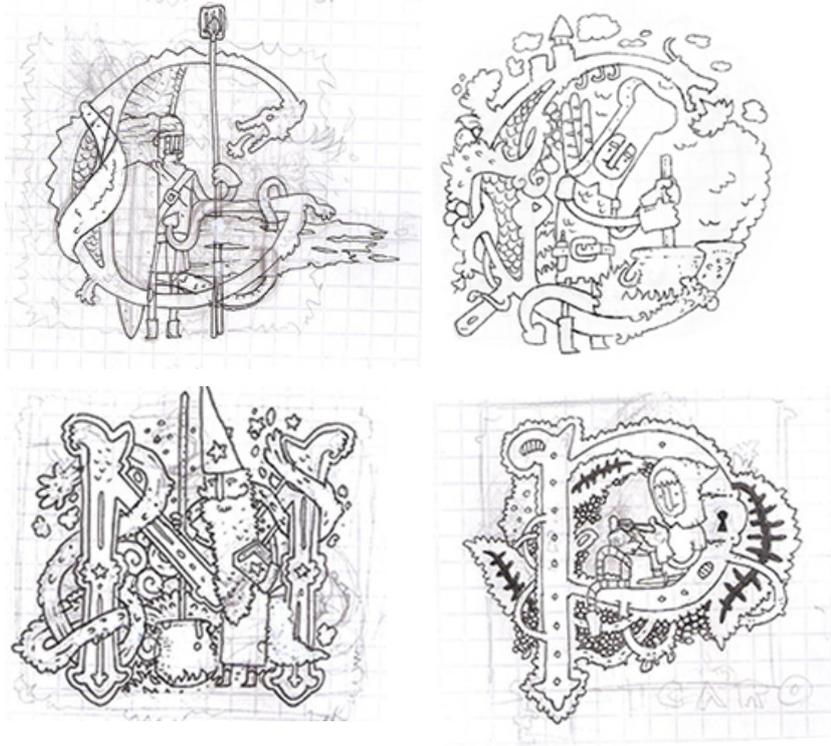
A B C D E F G H  
I J L M N Ñ O P  
Q R S T U V W X  
Y a b c d e f g h  
i j l m n o p q r  
s t u v w x y , ?  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

PROCESO  
DISEÑO DE  
PERSONAJES



Se propuso un estilo disparador de ilustración sobre papel antiguo con poca gama de tintas que aludían a un tiempo antiguo pero con rasgos caricaturescos y trazos gruesos que unían el concepto de antiguo y moderno. Pero este estilo fue desestimado por la cátedra por no ser apropiado para un videojuego.

## PROCESO DISEÑO DE PERSONAJES



En primera instancia se realizó un proceso de búsqueda de identidad de los personajes, tratando de caracterizarlos por medio de letras capitales que aludían a la época medieval. Este recurso podría ayudar a iconografía de los personajes teniendo varios usos dentro del juego. Esta idea fue descartada por no ser viable con el lineamiento del proyecto.



## DISEÑO DE PERSONAJES

Por último se consideró que el desarrollo de un personaje al igual que una pieza de diseño es proyectada y planificada en función de una estrategia, de la misma forma que trabajamos con un brief para una marca, tipografía u otra pieza de comunicación visual, los personajes se elaboran a partir de conceptos que favorecen a su construcción.

Para ello se crearon cuatro perfiles de personajes, basándose en 4 factores, Físico, Psicológico, Personalidad, Prácticas.

### **Bárbaro**

Mercenario Irlandés

Grande y robusto

Poco sabio, poco inteligente

Malhumorado, enojado, agresivo

### **Magabundo**

Un mago con problemas con el alcohol

Anciano, delgado, poco arreglado

Desequilibrado, loco, degenerado

Gruñón, desorientado, impulsivo

### **Clerigo**

Un monje muy glotón

Joven, obeso, robusto

Intelectual y muy emocional

Alegre y pasivo

### **Caballero**

Caballero amante de las aventuras

Joven, delgado y enano

Egocéntrico, poco emocional

Valiente y pulcro

A partir de estos conceptos se buscaron referencia en el cine, cómic y tv para comenzar un desarrollo de personaje.

## DISEÑO DE PERSONAJES

### Bárbaro

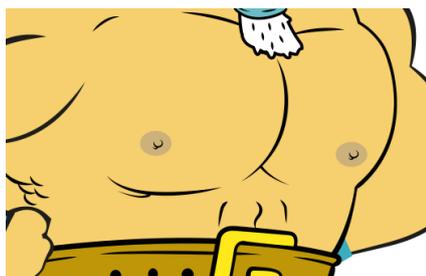
Mercenario Irlandés

Grande y robusto

Poco sabio, poco inteligente

Malhumorado, enojado, agresivo

Referentes:



**DISEÑO DE  
PERSONAJES  
FINAL**

**Bárbaro**

Mercenario Irlandés  
Grande y robusto  
Poco sabio, poco inteligente  
Malhumorado, enojado, agresivo



## DISEÑO DE PERSONAJES

### Magabundo

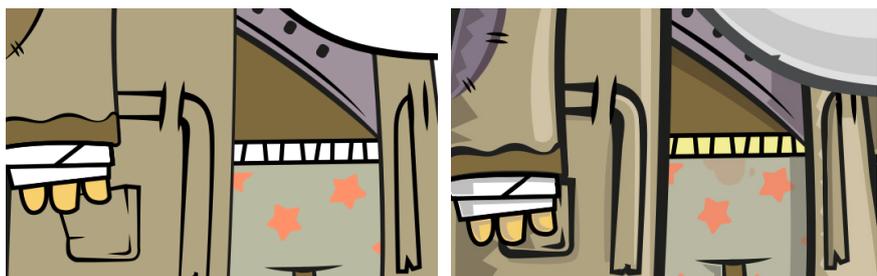
Un mago con problemas con el alcohol

Anciano, delgado, poco arreglado

Desequilibrado, loco, degenerado

Gruñón, desorientado, impulsivo

Referencias:



## DISEÑO DE PERSONAJES FINAL

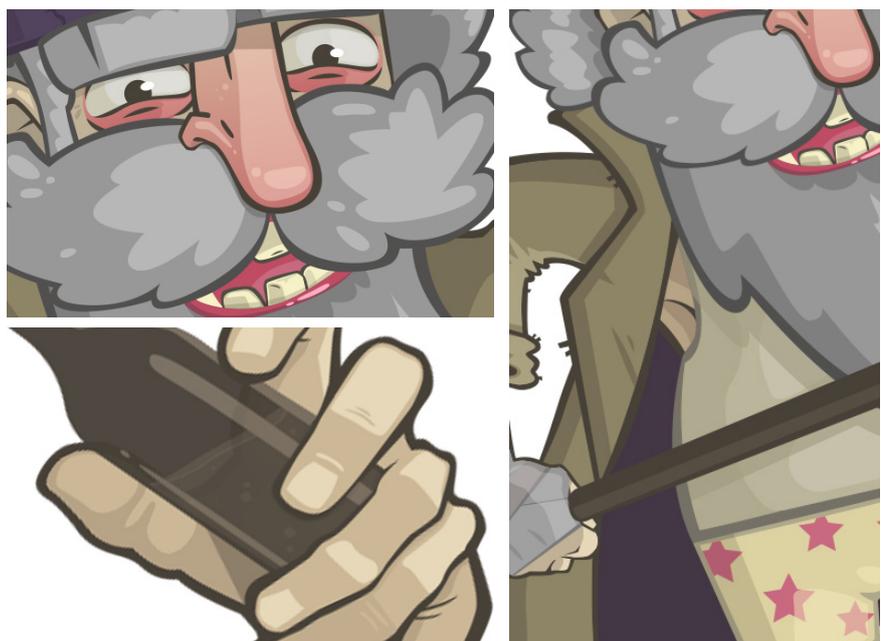
### Magabundo

Un mago con problemas con el alcohol

Anciano, delgado, poco arreglado

Desequilibrado, loco, degenerado

Gruñón, desorientado, impulsivo



## DISEÑO DE PERSONAJES

### Clerigo

Un monje muy glotón  
Joven, obeso, robusto  
Intelectual y muy emocional  
Alegre y pasivo

Referencias:



**DISEÑO DE  
PERSONAJES  
FINAL**

**Clerigo**

Un monje muy glotón  
Joven, obeso, robusto  
Intelectual y muy emocional  
Alegre y pasivo



## DISEÑO DE PERSONAJES

### Caballero

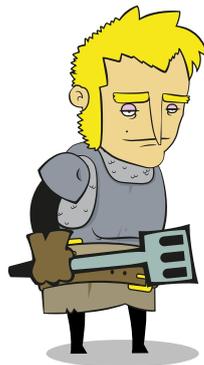
Caballero amante de las aventuras

Joven, delgado y enano

Egocéntrico, poco emocional

Valiente y pulcro

Referencias:



**DISEÑO DE  
PERSONAJES  
FINAL**

**Caballero**

Caballero amante de las aventuras

Joven, delgado y enano

Egocéntrico, poco emocional

Valiente y pulcro



**PROCESO  
DISEÑO DE  
INTERFAZ**

Selección de PJ

En un proceso creativo se experimento con los aspectos morfológicos y cromáticos de los personajes para resolver las características abstractas de los personajes en insumos figurativos como líneas y colores que puedan ser usados para generar piezas gráficas en el videojuego.

**BÁRBARO**



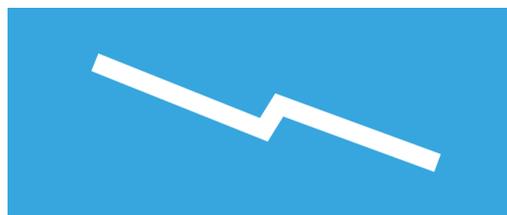
**MAGABUNDO**



**CLERIGO**



**CABALLERO**



## DISEÑO DE PERSONAJES FINAL

A partir de la separación cromática en función de las características de cada personaje, y definiendo en cada caso un tipo de línea que reflejara estas características, se definió un insumo con mayor acabado estético junto a una tipografía a fin de resaltar dichos conceptos para usarla como un insumo para presentar a cada personaje del videojuego.

**Caballero**  
Caballero amante de las aventuras  
Joven, Ágil y no muy alto  
Egocéntrico y elegante  
Valiente y pulcro



Se eligió el color celeste para representar el espíritu aventurero y personalidad jovial del caballero, los trazos rectos sin ondulaciones transmiten una personalidad directa y ágil. Como tipografía se selecciono "July Seventh", siendo una fuente de trazos delgados y fluidos muy elegantes.

**Magabundo**  
Un mago con problemas con el alcohol  
Ansiano, delgado, poco arreglado  
Desequilibrado, loco, degenerado  
Alegre, desorientado, impulsivo



El morado se considero un color apropiado para el magabundo por ser un color que se asocia con lo enigmático, la sabiduría, extravagancia, magia y espiritualidad. Los trazos caoticamente ondulados refieren a la personalidad desequilibrada y caótica del personaje, acompañado de la fuente "EnlightenyourDestiny" que refuerza estos mismos conceptos

## DISEÑO DE PERSONAJES FINAL

### Barbaro

Mercenario Irlandes  
Grande y robusto  
Poco sabio, poco inteligente  
Mal humorado, enojado, agresivo



La personalidad agresiva del Bárbaro y su rudeza se proyecta sobre los colores cálidos, el color rojo se relaciona con el fuego o la sangre. Siempre ha representado la fortaleza y la valentía, además de la violencia y la agresividad. Esto le hace también ser uno de los colores que significa prohibición, y es habitual verlo en símbolos de advertencia, ya que llama mucho la atención, las líneas cruzadas en punta son otra forma de representar la conflictiva personalidad del bárbaro, y la tipografía "Edo SZ" con sus trazos duros y primitivos representan el poco intelecto de este personaje.

### Clerigo

Un monje muy gloton  
Joven, obeso, robusto  
Intelectual y muy emocional  
Alegre y pasivo



La tipografía "Caprica Script" de trazos gruesos bold y curvas muy compensadas representan las características más importantes del clérigo, su tranquilidad y su cuerpo robusto pero poco intimidante, las líneas curvas aluden a la paz y espiritualidad que también comprenden a este personaje, resolviendo el color verde como connotativo a la naturaleza y la armonía espiritual.

TIPOGRAFIA

July Seventh

A B C D E F G H  
I J K L M N Ñ O P Q R S T U V  
W X Y Z a b c d e f g h i j l m n  
o p q r s t u v w x y z , ?  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

EnlightenyourDestiny

A B C D E F G H I J K L M N O P Q  
R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j l  
m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Edo SZ

A B C D E F G H I J L M  
N O P Q R S T U V W X Y  
Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Caprica Script

A B C D E F G H I J L M  
N O P Q R S T U V W X  
Y Z a b c d e f g h i j l  
m n o p q r s t u v w  
x y z

## PROCESO DISEÑO DE INTERFAZ

### Ficha de PJ

La interfaz de usuario es el espacio donde se producen las interacciones entre el jugador y el juego.

Las interfaces básicas de usuario son aquellas que incluyen elementos como menús, ventanas, contenido gráfico, cursor, los beeps y algunos otros sonidos que la computadora hace, y en general, todos aquellos canales por los cuales se permite la comunicación entre el ser humano y la computadora.



En las primeras instancias de este proyecto se propuso un diseño sobre papel antiguo con poca gama de tintas que aludían a un tiempo antiguo. En esta pieza se observa el uso de un libro como soporte, en el cual su uso era el de inventario y menú de opciones, en el se observan intenciones de iconos y uso de ítem, como un menú de personaje.



Se propuso posteriormente el uso de un estilo más fresco, con el uso de una gráfica vectorial plana e iconografía que aludía a una era antigua.

**PROCESO  
DISEÑO DE  
INTERFAZ**

Ficha de PJ

Ficha de personajes



En una instancia mas avanzada del proyecto se concreto en una ficha de personaje mas elaborada con mayor detalle en ella con los elementos que se proyectaban usar.

Selección de personajes



Los primeros intentos de la elaboracion de una interfaz de usuario y del uso de una grafica de los personajes con su respectiva separacion cromatica.



## PROCESO DISEÑO DE INTERFAZ

### Selección de PJ

Uno de los problemas más importantes a solucionar es la forma en la que se mostraran nuestros personajes, es una instancia con mucho atractivo para los jugadores, y en el cual el diseñador puede lucirse.

### Selección de personajes



En esta propuesta podemos observar una clara separación cromática con un tratado de líneas acordes a las personalidades de cada personajes que explicamos anteriormente en este proyecto.

Aun no es visible en esta etapa el uso de tipografías que diferencien a cada tipo de perfil

**PROCESO  
DISEÑO DE  
INTERFAZ**

Selección de PJ



**EL CLERICO**

"TENER A UN SER SUPERIOR DE TU LADO PUEDE RESULTAR EN OCASIONES DE LO MAS ÚTIL, SI NO LOGRAS DAR CON ÉL, SIEMPRE CABE LA OPCIÓN DE SER EL ANIGO DE SU ANIGO."



**EL MACABUNDO**

"ESA DELGADA LINEA ENTRE SER UN PODEROSO GENIO DE LAS ARTES ARCANAS O UN VULGAR CARTONERO, VIOLENTO PERO GENUINO, REPRESENTA UN PODEROSO ALIADO."



**EL CABALLERO**

"HEROÍSMO, HONOR O QUIZÁS UNA FALTA TOTAL DEL SENTIDO DE AUTO CONSERVACIÓN, EL CABALLERO LUCHARA HASTA EL FINAL AUN TENIENDO UNA ESPÁTULA POR ESPADA."



**EL BARBARO**

"DICE LA LEGENDA QUE ATRÁS DE TODOS ESOS MÚSCULOS HAY UN SER HUMANO AUNQUE MUCHOS AFIRMAN QUE NO ES MÁS QUE UN GORILA BIEN RASURADO."

En una etapa más avanzada se incorpora una reseña de cada personaje para que el jugador comprenda el contexto y naturaleza de cada uno de los personajes, dotándolo de información que nutre a la historia y concepto del juego. (Aun no son visible el uso de las tipografías que diferencian a cada perfil)

## DISEÑO DE INTERFAZ

Selección de PJ FINAL



En la ultima instancia se desarrollo una ficha de información y selección de personajes, en esta ultima pieza se usa un mejor equilibrio entre los elementos, con mayor orden de la información y con un conjunto de nuevos elementos que conformaran el sistema.

Se mantiene el uso cromático y morfológico de la linea para diferenciar a cada perfil en función de sus características personales, sumando una puesta tipográfica que fortalece estos conceptos para cada uno de los personajes.

Se desarrolla una nueva ilustración de alta resolución de cada personaje que solo sera usada para esta pieza particular por su alta importancia y atractivo para el jugador.

## DISEÑO DE INTERFAZ

Selección de PJ  
FINAL



## PROCESO DISEÑO DE INTERFAZ

### Iconos



Se desarrollo un sistema de iconos geometricos pero de formas muy toscas para representar a los personajes, cada uno con su respectivo color.

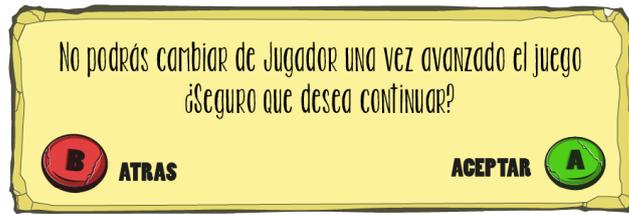


Se desarrollo un sistema de iconos con diversos usos en el juego, cada uno de ellos especificados en la ficha del personaje, y usados durante el juego. Los iconos fueron desarrollados con un alto grado de referencia a sus usos.



**PROCESO  
DISEÑO DE  
INTERFAZ**

Ventanas



En las primeras instancias de la interfaz, la propuesta estaba realizada sobre trazos mas expresivos, entre líneas finas y gruesas que dibujaban grietas e imperfecciones, poca sombra o trabajo de sombreado.



En la propuesta final la morfología tiene más peso que el trazo, con figuras de tonos planos sepia que connotan una época antigua o mística pero con formas modernas, la ilustración toma un lugar importante en las ventanas, tomando posición en la parte izquierda, siendo esta disposición un patrón para el sistema.

## DISEÑO DE INTERFAZ

### Ventana de misión

Las ventanas de misión son un elemento fundamental en un juego. Por ellas se hace entender al jugador que debe hacer para progresar dentro del juego. También nos informan que tanto éxito tuvimos anteriormente para resolver una situación y si queremos mejorar nuestro promedio repitiéndola.



Las ventanas de misión mantienen la misma línea estética propuesta anteriormente, en una paleta cromática sepia que alude a una época antigua pero con un estilo limpio y moderno en sus contornos. Acompañado de una ilustración muy referencial a su izquierda, con ilustraciones centrales que refuerzan los conceptos comunicados de manera escrita.

## DISEÑO DE INTERFAZ

### Ventanas

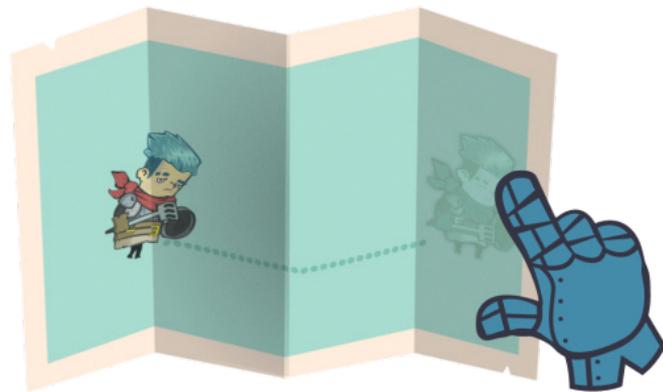


Bajo el concepto de comidas rápidas y aventura medieval, se realizó una ilustración que uniera códigos de una famosa cadena de comidas rápidas, (paleta cromática y otros elementos característicos) y el mundo mágico medieval. Esta pieza ilustrada es usada dentro del juego, en la iconografía, y como acompañante de las ventanas de la interfaz gráfica. Sus trazos y paleta cromática mantiene relación con los demás elementos del proyecto; formando parte esencial de su sistema

## PROCESO DISEÑO DE INTERFAZ

### Tutoriales

El tutorial es la instancia en donde la comunicación entre el juego y el jugador es mas evidente que otras, en ella se le explica de una forma dinámica y clara “que” y “como” jugar. Es un claro problema de diseño, ya que el diseñador se encuentra en el desafío de explicar un complejo mecanismo de juego de una forma clara, concisa y sobre todo veloz, ya que el jugador dispone de su atención para jugar no para aprender, de aburrirse este dejaría el juego.



Frame 0

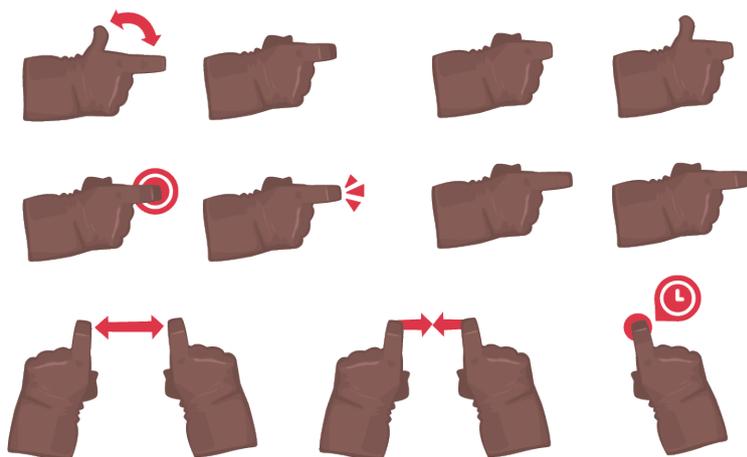


Frame 1



Frame 2

Como elemento facilitador se creo un guante de metal, que aludía a la época de los caballeros, con los mismos usos de un cursor pero con mayor fuerza estética y conceptual que uno. Se crearon tres frame para crear una simple animación para marcar puntos de interés.



Posteriormente con la misma intención se actualizo la ilustración con el sistema actual propuesto, con un guante de cuero de época, con mayor cantidad de usos que en una primer instancia.

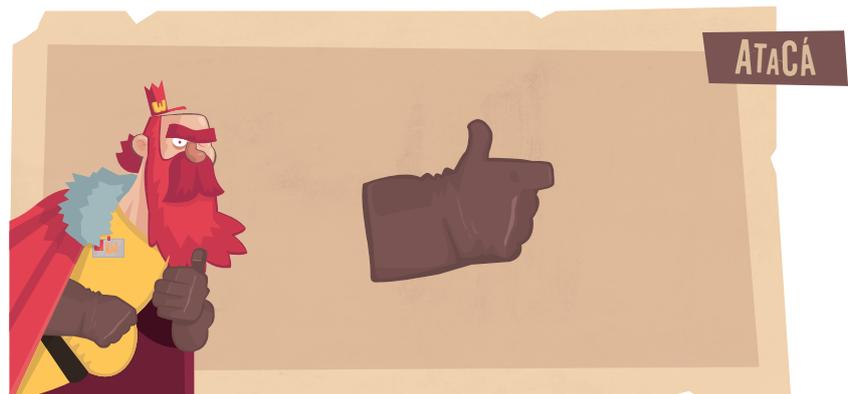
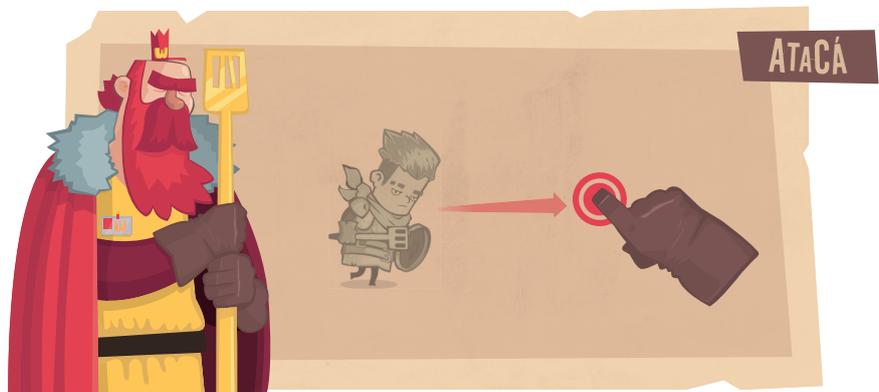
**PROCESO  
DISEÑO DE  
INTERFAZ**

Tutoriales



**VEO QUE ERES NUEVO**

Se desarrollo un quinto personaje para que ayudara a comunicarnos con los jugadores. En una primera instancia se probó con un rostro a dos tonos con la apariencia de un duende que servía para suavizar y empatizar dentro del contenido que comunicábamos



Se concluyó con un personaje que representaba a un rey con elementos que aludían a las cadenas de comida rápida, usando sus colores institucionales y elementos típicos del uniforme, como sombrero y gafete. Esto ayudaba a fusionar los conceptos de “cacerolas y dragones” fusionando los conceptos de aventura a medieval con los de cadenas de comida rápida.

**ESCENARIO** Un nivel es un área específica dentro del “mundo” ficticio de un videojuego. En los videojuegos actuales suele ser una ubicación específica como un edificio o una ciudad.

**Proceso**

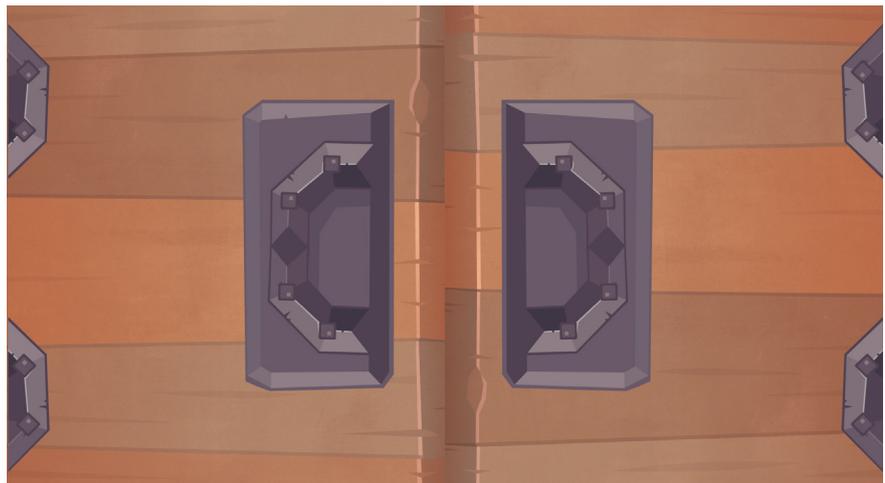
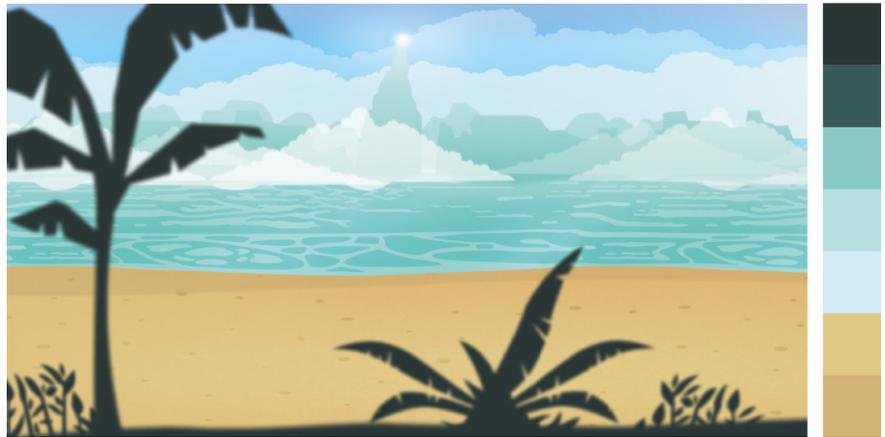


ESCENARIO

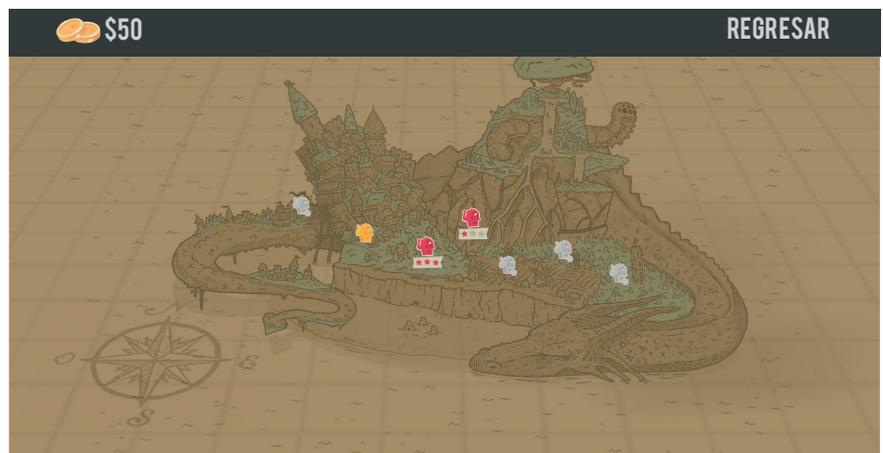
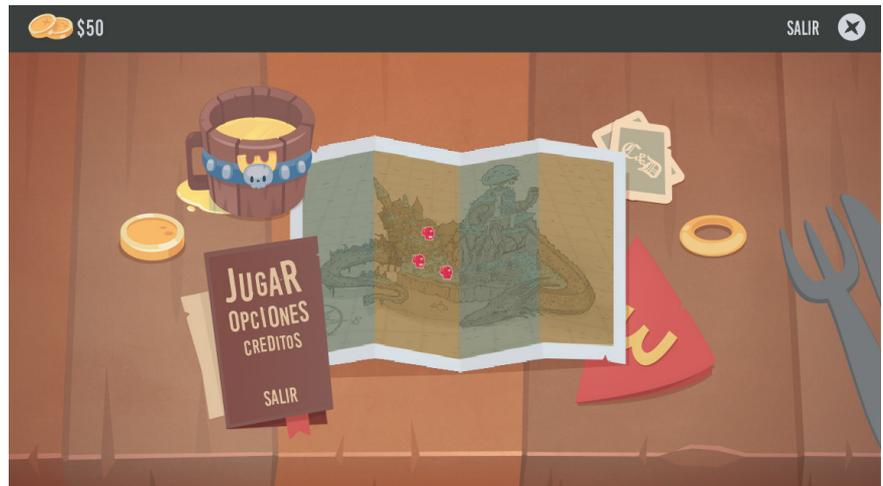
Final



# ESCENARIO



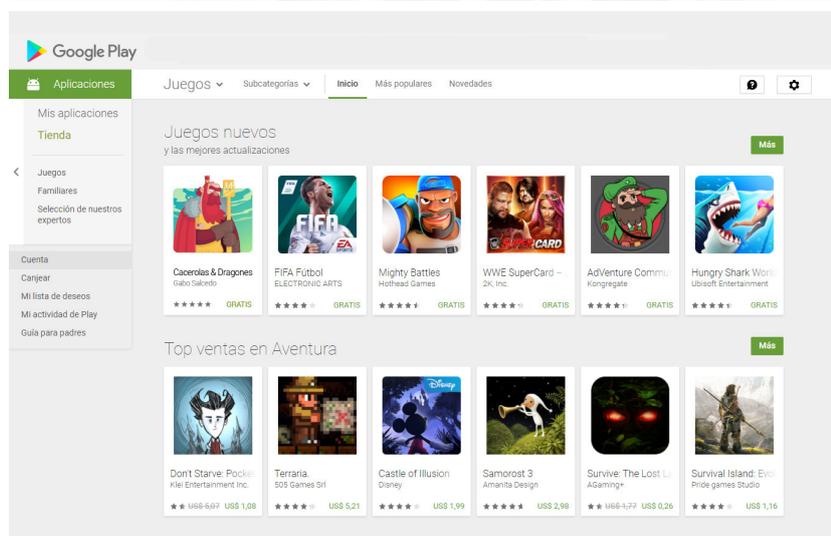
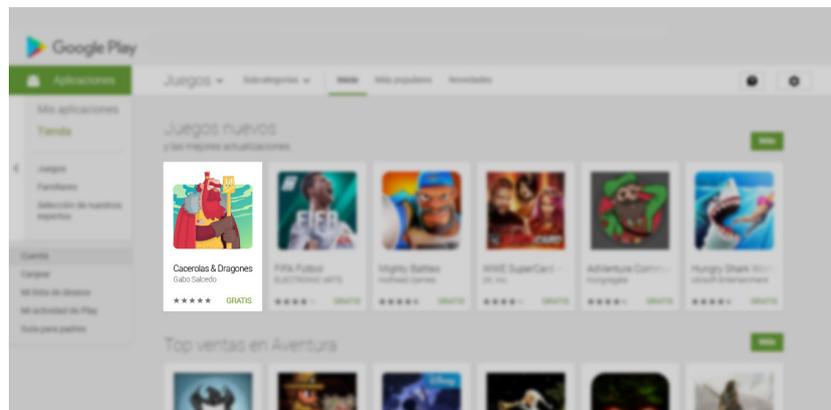
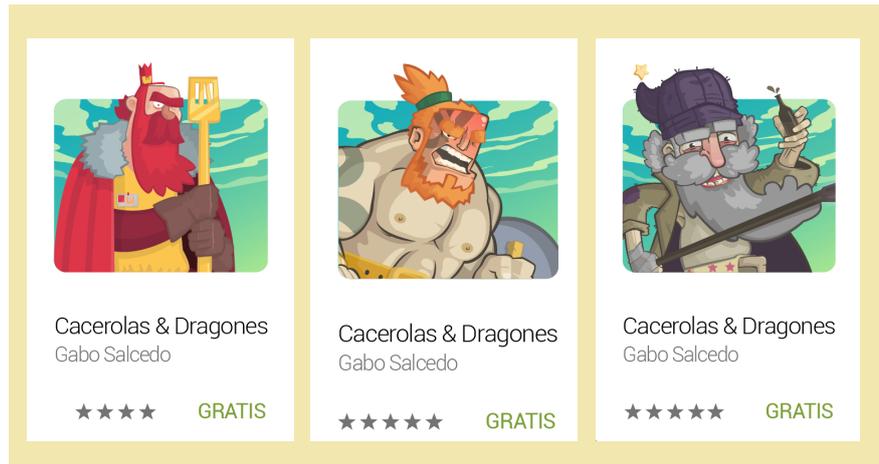
# ESCENARIO



## PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

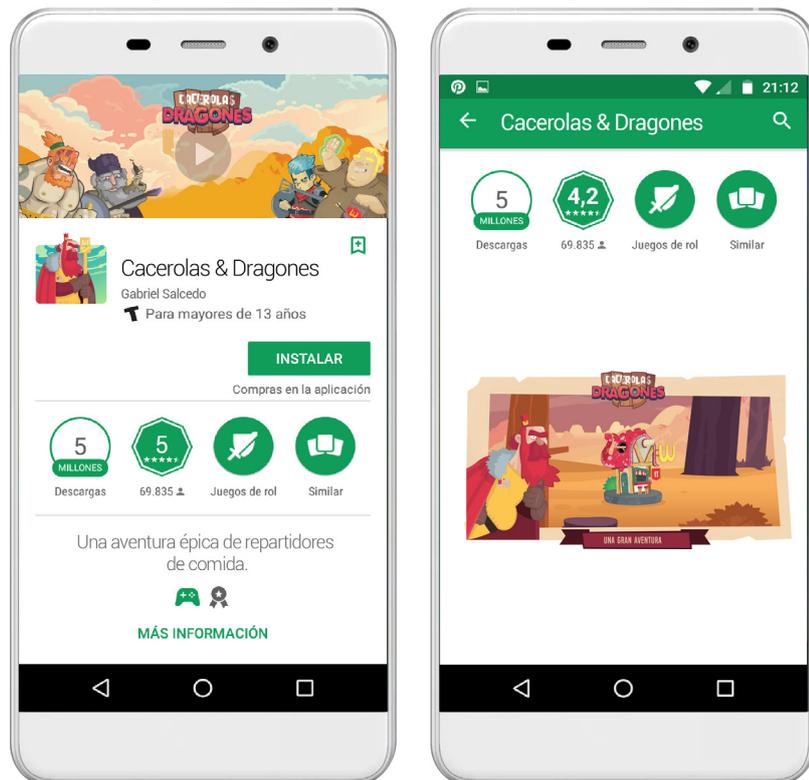
El videojuego esta orientado para ser ejecutado en android dentro de dispositivos móviles, esto quiere decir que "Play Store" es la plataforma principal donde va a ser promocionado.

Se generaron tres alternativas de los iconos para la plataforma y se contextualizaron.



## PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

Su aplicación en dispositivos móviles esta diseñada en vertical, con una grilla establecida de la app playStore, vemos en primer lugar el apartado de la previsualización de un vídeo, el icono de la apps, información del juego y flayers del gameplay del juego.



## PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

Su aplicación en dispositivos móviles esta diseñada en vertical, con una grilla establecida de la app playStore, vemos en primer lugar el apartado de la previsualización de un vídeo, el icono de la apps, información del juego y flayers del gameplay del juego.



## **BIBLIOGRAFÍA**

Caillais. (1958). *Los Juegos y los hombres*.

COSTA, Joan. (1999). *Imagen Corporativa en el siglo XXI*, Ed. La Crujia ediciones.

Huizinga, Jhoan. (1938). *Homo ludens*, Alianza Emecé.

LeBlanc Marc , Zube Robert y Hunicke Robin. (2004). *MDA Framework*.

Diponible en: <http://www.cs.northwestern.edu/~hunicke/MDA.pdf>.

Nallar Durgan Alberto. (2015). *Estructura Lúdica*.