



EXO.
VENUS

Juan Jesús García González
Trabajo de Fin de Grado
Grado en Diseño
Universidad de La Laguna



Autor

Juan Jesús García González

Tutoras

Noa Real García

Soheila Pirasteh Karimzadeh Tabrizi

Facultad de Bellas Artes

Grado en Diseño

Facultad de Bellas Artes

Universidad de La Laguna

Curso Académico 2023-2024

Agradecimientos

En primer lugar quiero agradecer a todas aquellas personas que han hecho posible este trabajo.

Quiero dar gracias a todo el personal docente implicado en mi formación, en especial a Soheila Pirasteh Karimzadeh Tabrizi y a Noa Real García. Gracias por orientarme y motivarme en todo momento

Gracias a mis amigos y familiares por ser mi lugar seguro.

Gracias a mis compañeros, en especial a Mirian, Rula, Romen y Richard, por haberme permitido recorrer este camino junto a ustedes.

Gracias a mi pareja, Andrea, por haberme brindado un apoyo incondicional durante tantos años, por haberte implicado tanto como lo has hecho y por confiar en mi potencial como diseñador.

Gracias a todos.

Resumen de proyecto

Durante los últimos años han surgido numerosas problemáticas en las Islas Canarias respecto a la destrucción de la biodiversidad en pos del enriquecimiento de empresarios hoteleros o pertenecientes a otros ámbitos turísticos. Varios proyectos con presupuestos millonarios tratan de levantarse sobre especies endémicas o patrimonio cultural canario. Por otra parte, este modelo de turismo parece estar diseñado olvidando por completo a los ciudadanos y ciudadanas canarias, estableciendo estándares que se alejan de la economía media de las personas de las islas.

A raíz de esta preocupación personal, se ha llevado a cabo una investigación para tener una base sólida de conocimientos sobre los que trabajar, para posteriormente desarrollar un producto de diseño que muestre de una forma diferente a los canarios y canarias que es importante y necesario cuidar nuestra tierra, y a los que nos visitan, que Canarias no es tan solo un espacio recreativo, sino un territorio con una gran riqueza cultural y ambiental.

El proyecto que se propone es el de

diseñar íntegramente que, desde su temática y contexto hasta sus mecánicas de juego enseñen a los jugadores la valía de la comunicación y la cooperación. Este juego diseñado para un público muy amplio tiene en cuenta muchos factores, como la complejidad del juego, los materiales presentes, el precio, la dificultad, etc. También se lleva a cabo el desarrollo del juego de mesa, así como la elaboración de todas las piezas que lo forman y aquellas diseñadas para la promoción del mismo.

Palabras claves: Diseño, ilustración, juego de mesa, packaging, cooperación, comunicación, Islas Canarias

Abstract

In the last years, there have been several controversies in the Canary Islands about the destruction of biodiversity in pursuit of the enrichment of hotel or tourism businessmen. Many projects with millionaire budgets are trying to be built over endemic species or Canarian cultural heritage. On the other hand, this tourism model seems to be designed forgetting the citizens of the Canary Islands, setting standards that are way too far from Canary average economy.

As a result of this personal concern, research has been done in order to get a solid base of knowledge to work with, to develop a design product that teaches to Canaries how important and needed is to take care our land, and to those who visit us that the Canary Islands are not just a recreational space, but a territory with a great cultural and environmental wealth.

This project is based on designing a board game from scratch, since the theme and context to the game mechanics that teaches the players the importance of communication and cooperation. This game would

be designed thinking about about a general audience, to make it as accessible as possible, and so the message can reach more people. In order to make the game accessible there are several factors considered, such as game's depth, materials used into the game, game's price or game's difficulty. This project concludes with the whole development of the game, as well as the elaboration of all the pieces that form it and those that were designed for promotion.

Keywords: Design, illustration, board games, packaging, cooperation, communication. Canary Islands.

Índice

Introducción	Página 8	Fase de diseño	Página 56
Objetivos	Página 9	Naming	
Metodología	Página 10	Briefing	
Cronograma	Página 11	Ficha de juego	
Fase de investigación	Página 12	Instrucciones de juego	
Historia del turismo		Desarrollo identidad corporativa	
Impacto de la actividad turística en las Islas Canarias		Diseño de personajes	
Actividades económicas en las Islas Canarias		Diseño de elementos de juego	
El turista en Canarias		Packaging	
Espacios Naturales en Tenerife		Material promocional y corporativo	
Proyecto Cuna del Alma			
Proyecto Circuito del Motor			
¿Qué es un juego?			
Juegos analizados			
Identidad visual de los competidores			
Encuesta sobre preferencias			
Normativa			
Fase de conceptualización	Página 38	Conclusiones	Página 87
Referencias		Bibliografía	Página 89
Moodboard		Anexos	Página 92
Propuestas iniciales		Proceso de creación de identidad visual	
Propuesta definitiva		Propuestas de marca en otros proyectos	
		Boceto de packaging	
		Ilustraciones	
		Boceto preeliminar de página web	
		Servidor público de discord	
		Versión final de página web	
		Manual de identidad	Página 132

Introducción

Este trabajo de fin de grado consiste en crear un juego de mesa, comprendiendo todas las etapas del mismo, desde la investigación previa sobre la temática, así como de las tendencias y preferencias de los consumidores. Además, se lleva a cabo una labor de diseño, abarcando diversos ámbitos como el diseño de la identidad del juego, ilustración y diseño de personajes, diseño editorial, packaging, diseño web, y por supuesto, el diseño de los propios sistemas de juego. Todo ello siguiendo una estrategia y teniendo muy presente al público objetivo.

La temática que impulsa este proyecto es la actual situación del turismo en el archipiélago canario, que ha ido creciendo desde los años 60. Este sistema de negocio ha ido destruyendo progresivamente el ecosistema de las islas con un solo objetivo: el beneficio económico de unos pocos. Además, desde el gobierno prácticamente no ha habido oposición a estos intrusivos proyectos de edificación. Existen varios proyectos reales que han tenido gran relevancia por el gran rechazo que han mostrado gran parte de los tinerfeños, y que realzan la gravedad de este

asunto. Dos ejemplos de la isla de Tenerife son: el Puerto de Granadilla o la construcción del complejo hotelero Cuna del Alma. Este último ha tenido recientemente una gran polémica a su alrededor debido a una serie de irregularidades que han sido descubiertas durante el transcurso de las obras, así como la aparición de restos arqueológicos en el terreno de construcción. Por ello, este Trabajo de fin de grado en diseño surge como un mensaje crítico al turismo depredador y como un intento de concienciar a los ciudadanos canarios de la importancia de cuidar nuestra singular biodiversidad.

Este juego de mesa que pretende ayudar a concienciar tanto a la población local como a aquellas personas que visiten las Islas Canarias o cualquier otro lugar de una manera amena y divertida. Para ello se establecieron varios objetivos específicos a cumplir. Estos son: la creación del apartado gráfico del juego, lo que incluye ilustración de personajes, diseño de marca, cartas y demás elementos, etc.; la conceptualización y diseño de los sistemas o mecánicas que darán forma al propio juego; todo el material promocional del juego, como web, publicaciones en redes sociales, etc.;

En base a una serie de objetivos, mediante una investigación del actual modelo turístico en las islas y el impacto ambiental que supone y la difusión de un mensaje crítico hacia el sistema de turismo adoptado en el archipiélago, creándose toda la gráfica del proyecto, que incluye ilustraciones, el diseño de las cartas y del planteamiento del juego, además de todo el material promocional, página web y redes sociales.

Objetivos generales

Abordar desde el diseño la problemática del actual modelo turístico canario, para buscar soluciones y concienciar a la ciudadanía de la necesidad de un cambio

Objetivos específicos

Crear un juego de mesa con un mensaje crítico sobre el modelo económico de las Islas Canarias

Desarrollar una identidad gráfica de la empresa que crea el juego, así como la identidad del propio producto.

Hacer uso de los conocimientos adquiridos para realizar una serie de ilustraciones de personaje, dándole especial importancia a aquellos aspectos que conciernen a la teoría del color.

Poner en práctica los conocimientos de diseño editorial y packaging para conseguir un resultado llamativo y digno de un producto que pueda ser introducido en el mercado.

Metodología

Este proyecto comienza con dos puntos principales: el turismo y la preservación de los ecosistemas de las Islas Canarias y los juegos de mesa.

En primer lugar, se realiza una fase de investigación sobre el turismo en el territorio canario. Para esto es importante conocer el origen del turismo, así como su evolución y cómo ha llegado a ser lo que es hoy. Por otra parte, ya que el proyecto tiene un enfoque que atiende al medioambiente de las islas, y a cómo el modelo de turismo actual afecta a los entornos naturales, también se dedica un espacio del proyecto a tratar los espacios protegidos y la diversidad ambiental de las islas, centrándose principalmente en la isla de Tenerife.

Posteriormente se define lo que es un juego de mesa y se investigan todos aquellos puntos y elementos clave para que sea un producto exitoso. Además, con la intención de tener un mayor conocimiento del sector se difunde entre una pequeña muestra de jugadores habituales de los juegos de mesa, ya que eran perfectamente el público objetivo del trabajo, un formulario para obtener

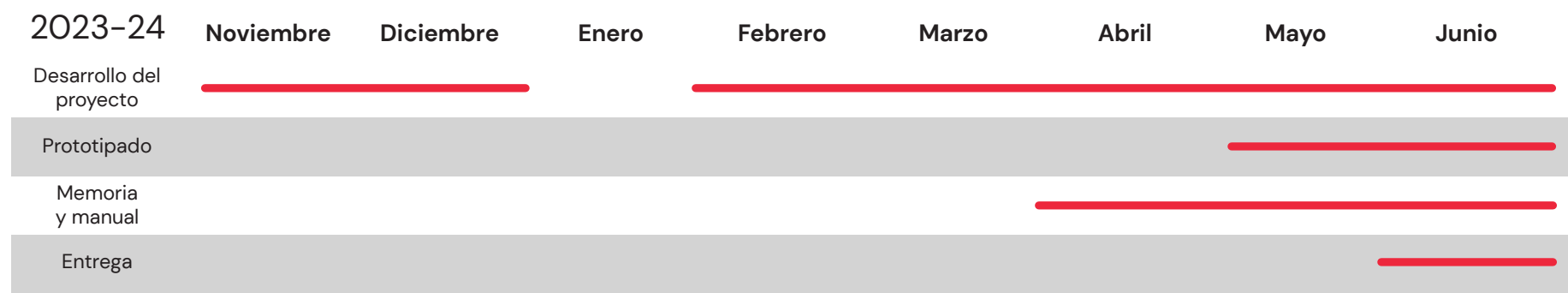
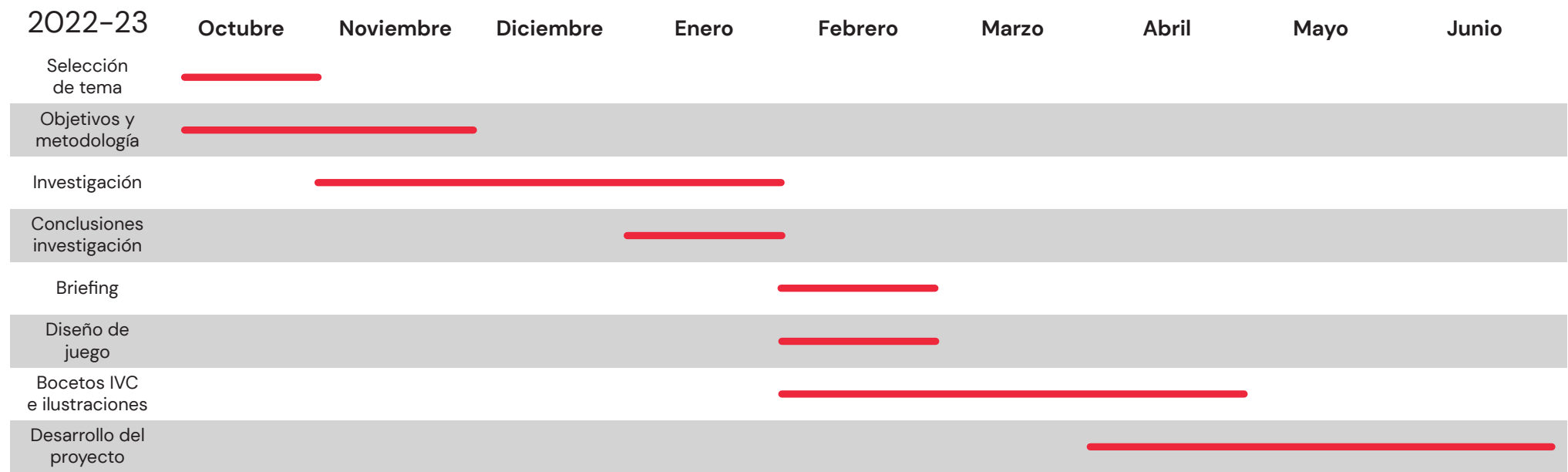
información sobre las preferencias de los consumidores acerca de varias características de los juegos, como por ejemplo su precio, el número de jugadores, la temática, etc. Además, también se analiza una selección de juegos de distintos géneros, prestando especial atención a los materiales utilizados, las mecánicas de juego, la complejidad y dificultad, el número de jugadores por partida, el tiempo y la temática, así como estrategias de diseño y comunicación empleadas por otros juegos, como el estilo gráfico de juego o los colores utilizados. Por último, se consulta la sección del BOE que define la normativa referente a juguetes o juegos de mesa.

Asimismo, también se analizan y estudian varias marcas de otros juegos de mesa y del sector de los videojuegos, pues estos dos sectores comparten muchas inspiraciones y referentes.

Por último, como parte del proceso creativo se lleva a cabo una lluvia de ideas para extraer una serie de palabras clave que ayuden al desarrollo del proyecto, así como la creación de un moodboard que ayude a concebir una imagen temprana de lo que será la identidad del juego.

En el proceso de desarrollo se comenzó ideando las mecánicas de juego, ya que es una parte fundamental del proyecto. Se crearon brevemente varias propuestas de cómo sería el juego, y tras simplificar una de las opciones diseñadas, se determinó el planteamiento de juego final. A esta fase le siguió el desarrollo de ilustraciones de personajes, tanto protagonistas como antagonistas. Durante esta etapa, el diseño de los personajes antagonistas sirvió para desarrollar la identidad del juego, así que estas dos partes del proyecto fueron desarrolladas paralelamente. Finalmente, se diseñaron todos los elementos del juego que se imprimirían próximamente, como las cartas, la caja o las instrucciones.

Cronograma



1. Fase de investigación

1.1. Historia del turismo

El turismo que conocemos a día de hoy en las islas empieza a popularizarse en la primera década del siglo XX. Anteriormente, Canarias se veía en Europa como un lugar de retiro e incluso como un destino para tratar enfermedades, gracias a las excelentes condiciones del agua y el aire.

A principios del s.XX el turismo en Canarias empezaba a labrarse una imagen, lo que atrajo a inversores hoteleros principalmente desde Alemania. Tal fue la importancia de este fenómeno que la Administración Pública creó la Comisión Nacional para el Fomento del Turismo entre los años 1905 y 1912, así como dos instituciones destinadas a la creación de propaganda y el fomento del turismo, una en Tenerife y otra en Gran Canaria. Fue en este período cuando se sustituyó lo que se denominaba como "Turismo de salud" por el turismo de "sol y playa" (Almenara, s.f.).

Sin embargo, los años siguientes años fueron un duro golpe para el turismo en las islas. El impacto de la Primera y Segunda Guerra Mundial, así como el de la Guerra Civil Española, frenó notablemente la expansión turística de Canarias. Tras esto, la

situación se recuperó poco a poco, encaminándose y llegando finalmente al turismo de masas en las décadas de los años 60 y 70.

Dicha expansión conllevó la creación de distintos núcleos turísticos en Tenerife y Gran Canaria principalmente, como Costa Adeje o Arona. Este crecimiento también llegó a islas no capitalinas, como Lanzarote y Fuerteventura.

En los años 90 se vive un segundo boom del turismo en las islas, donde se origina la demanda de nuevos modelos turísticos. Además, en esta etapa, el modelo de turismo empieza a orientarse hacia otro tipo de ocio. Se evitan las grandes ciudades para entrar en contacto con la naturaleza que ofrecen los diversos entornos del archipiélago. Por ello, las islas empiezan a promocionarse como un lugar en el que pueden convivir los ambientes de costa y sol con otros entornos más culturales o ambientales (Doroste Bujalance et al., 2020).

Ante el desmesurado aumento del número de turistas y la construcción masiva de complejos hoteleros, se inicia lo que sería una ley con el objetivo de frenar el crecimiento de la actividad turística, principalmente

por los efectos sociales, ambientales y económicos. El objetivo de esta moratoria turística era el de moverse hacia un modelo de desarrollo más sostenible para las islas. Sin embargo, el efecto fue el contrario al deseado, ya que se dio un incremento en el número de camas hoteleras mayor al que se esperaba sin la implementación de dicha moratoria.

Esto provocó un tercer "boom turístico" que tuvo notables impactos territoriales cuyas consecuencias llegan hasta el día de hoy. Este "boom" también impulsó la economía de las islas, principalmente en el sector de la construcción, hasta que llegó la crisis financiera de 2008 (Almenara Lugo, s.f.).



Fig 1. Los Cristianos, Tenerife

1.2. Impacto de la actividad turística en las Islas Canarias.

Debido al efecto de la moratoria turística, se establece una relación directa entre la capacidad alojativa del edificio y la ocupación física del mismo, lo que conlleva a que los hoteles ocupen superficies notablemente más grandes. De esta manera, los hoteles tratan de captar un nuevo perfil de turista, apuntando sobre todo a aquellos con un mayor poder adquisitivo. Los hoteles con grandes zonas verdes o campos de golf empiezan a convertirse en tendencia. Además, estos hoteles hacen uso de zonas protegidas para convertirlas en zonas turísticas, perjudicando gravemente el entorno.

En el ámbito social, aparte de los efectos positivos que puede crear el turismo, como la creación de empleo, también pueden observarse consecuencias negativas. Algunos de estos pueden ser la adopción de patrones de consumo externos, el aumento de precios de productos y servicios básicos o el desvío de la financiación, centrándose esta en atraer más turistas (Méndez Bethencourt, 2015).

1.3. Actividades económicas

En las Islas Canarias, y por ende, en Tenerife, la economía se basa casi exclusivamente en el turismo, representando 74,6% del PIB. Otros dos sectores de la economía también tienen presencia. En el sector primario, predomina la agricultura, ocupando un 10% del suelo de la comunidad. Son, en su mayoría, cultivos de secano (como vid y papas), aunque también existen cultivos de regadío (tomates y plátanos). Por su parte, el sector secundario lo encabeza la construcción y algunas industrias, como la transformación agroalimentaria, la producción del tabaco y el refino de petróleo, en Santa Cruz de Tenerife.

Atendiendo a “La Economía Canaria en Gráficos”, un libro que analiza la economía de la comunidad canaria del año 2020 y la compara con datos desde principios de siglo, las principales actividades económicas analizadas en dicha obra son agricultura, industria, construcción, turismo, comercio, transporte y servicios. En el libro también se hace un desglose de VAB (Valor añadido bruto), que es básicamente

el valor total del conjunto de bienes producidos. En el VAB, el sector agrícola representaba un 2,1% en 2020, el sector de la industria un 6,8%, el de la construcción un 7,2%, y por último, el sector servicios ocupaba la mayor parte con un 83,9%. En este caso, se atenderá a los sectores de la agricultura, de la construcción y del turismo.

En el caso de la agricultura, esta facturó un total de 744 millones, ocupando a 26.600 personas. Se exportaron 6.843 toneladas de cultivos hortofrutícolas y 350.730 toneladas de plátanos. Entre los datos también destacan 40.000 hectáreas cultivadas y 892.700 toneladas de cultivo producidas.

El sector de la construcción por su parte produjo 2.497 millones de euros, ocupando a 50.300 personas. Se comenzó la construcción de 2270 viviendas en las islas, de las cuales 1341 se terminaron.

Por último, los datos indican que 3,8 millones de turistas visitaron las islas. Además 862.000 personas visitaron las islas a través de cruceros. Se facturaron 4.800 millones de euros, lo que equivaldría aproximadamente a 1.062 € por turista.

En el libro también se destaca la comparación de cifras del año 2020 con la de años pasados. En todos los casos, las cifras de 2020 son notablemente más bajas. Por ejemplo, en el año 2000, las islas fueron visitadas por 10 millones de turistas, mientras que en 2020 el número se redujo a 3,8 millones. lo que supone una reducción del 62%. Aunque esto es solo un ejemplo, en todos los sectores se aprecia un descenso de las cifras, en general. Sin embargo, estos datos no son del todo confiables, ya que la situación derivada de la pandemia del Coronavirus 19 afectó a la economía de manera destacable y la sociedad no se desarrolló en situaciones de normalidad. Por lo tanto, estos datos no se tuvieron en cuenta como determinantes.

Se contrastó la información con el Informe del Mercado de Trabajo de Santa Cruz de Tenerife del año 2022, que analiza los datos del 2021. En el informe se analizan datos de población por sectores. Los datos derivan en unos resultados muy similares a los de 2020, ya que la mayoría de población activa se encuentra en el sector servicios (404.000 personas), y siendo el sector con menos trabajadores es el primario,

con 20.800 personas (La economía canaria en gráficos, c. 2022)

Atendiendo a estos datos, resulta evidente que el sector que más produce es el turismo, acumulando más beneficios que los sectores de la agricultura y la construcción. Por otra parte, como puede deducirse de los anteriores apartados, el modelo de turismo que se ha adoptado en las últimas décadas resulta insostenible, cuando se aprueba y apoya la construcción de resorts turísticos con extensos campos de golf (Torres, 2022) en una región que ya afronta una demanda de agua que supera la disponibilidad del recurso (Domingo, 2023).

1.4. El turista en Canarias

El turismo en Canarias siempre se mantiene como un tema de actualidad, puesto que es la principal actividad económica de las islas y en numerosas ocasiones ha producido situaciones controvertidas. Pero a menudo se ignora el papel del turista en las islas, que también es de vital importancia para entender el contexto de la situación.

Una estadística sobre el gasto medio por viaje realizados por los turistas en Canarias en 2020, publicada por el Departamento de Investigación de Statista en 2021, señalaba que el gasto aproximado por persona era de unos 1.181 euros, aproximadamente. En el desglose puede observarse que un 72% (840 euros, aproximadamente) iban destinados a la reserva del hotel y al propio viaje, mientras que el 28% restante (en torno a 341 euros) se distribuía en gastos de restaurantes, compras, transporte local, actividades recreativas, etc. (Orús, 2023).

Posteriormente se consultó un informe sobre el perfil de turista que visita las Islas Canarias, elaborado por Promotur Islas Canarias en 2012. El dato sobre el gasto medio por turista

se acerca bastante al de la estadística de Statista (1.072,39 euros). Por otra parte, el informe de Promotur Islas Canarias ofrece un análisis más en profundidad. Lo primero a señalar es que casi un 80% de los turistas de las islas provienen de Europa. La lista es encabezada por los turistas de Reino Unido, que representan un 30,3% del total, seguidos por los turistas alemanes, que constituyen un 22,8%. Por último, los turistas que provienen de la Península Ibérica y los que vienen de países nórdicos representan la misma fracción, un 12,9% cada grupo. El informe también habla sobre que buscan o que les motiva a los turistas para venir a las islas. El 90,9% vienen en busca del clima subtropical que ofrecen las islas. Sin embargo, tan solo el 6,1% se interesa por la calidad del entorno ambiental. De hecho, en la estadística se puntúan del 1 al 10 algunos de los aspectos que buscan los turistas en Canarias. Esto resulta en que "Descansar y relajarse" tiene una puntuación de 8,4, "Confort y buenos hoteles y restaurantes" tiene un 6,6, y "Estar en contacto con la naturaleza un 6,4". Por último, el documento señala que muchos turistas consideran las vacaciones que pasan en Canarias como unas "vacaciones secundarias" (Promotur Islas Canarias, 2012).

Habiendo analizado estos datos detenidamente se puede decir que a día de hoy la diversidad y riqueza ambiental de los entornos naturales de las Islas Canarias no es el principal interés de los turistas. Como consecuencia directa de esto, las actividades económicas que se desarrollan en el archipiélago no priorizan en el cuidado de los ecosistemas de las islas para favorecer el mismo tipo de turismo que se ha desarrollado en los últimos 50 años, aunque esto signifique destruir el paisaje natural del territorio.

1.5. Espacios naturales protegidos de Tenerife

La isla de Tenerife tiene una extensa variedad de espacios protegidos naturales, entre los que se contemplan monumentos naturales, reservas naturales integrales, reservas naturales especiales, sitios de interés científico, paisajes protegidos, parques naturales, un parque rural y un parque nacional.

Las Islas Canarias se sitúan como la comunidad autónoma con más espacios naturales protegidos con un total de 107, de los cuales el 48,6% de la superficie total de la isla. De hecho Tenerife es una de las regiones con más endemismos a nivel floral, con 140 especies exclusivas de la isla. Esta información ha sido extraída de la web del Cabildo de Tenerife (<https://www.tenerife.es/portalcabtfe/es/descubre-tenerife/que-ver/espacios-naturales-protegidos-de-la-isla-de-tenerife>)

Monumentos Naturales: Son espacios o elementos naturales de reducida superficie, que se caracterizan por tener un interés científico o cultural. En la nomenclatura internacional entran dentro de los espacios de categoría III de UICN (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza). Entre

ellos destacan el Barranco de Fasnia, el Roque de Garachico o el propio Teide.

Reservas Naturales Integrales: Las reservas naturales integrales son espacios de dimensiones moderadas cuyo objetivo es la preservación de todos y cada uno de sus elementos. Solo se permite la interacción humana si tiene finalidades científicas. Estos espacios pertenecen a la categoría I de UICN. Una de las Reservas Naturales Integrales de Tenerife son los Roques de Anaga.

Reservas Naturales Especiales: Son entornos de dimensiones moderadas cuyo objetivo es la conservación de especies, formaciones geológicas o hábitats concretos que no son compatibles con la ocupación humana. Las Reservas Naturales Especiales pertenecen a la categoría IV de UICN. Algunos ejemplos de Reservas Naturales Especiales son el Malpaís de Güímar o Montaña Roja. Sitios de interés científico: Suelen ser entornos aislados y de reducida extensión, que albergan especies animales y/o vegetales de elevado interés científico. Estos son de categoría IV de UICN. El Barranco de Ruiz o La Caleta son ejemplos de sitios de interés científico.

Paisajes protegidos: Son zonas con notables valores estéticos y/o culturales. Los paisajes protegidos se

corresponden con los espacios de categoría V de UICN. Rambla de Castro o la Costa de Acentejo son algunos de los paisajes protegidos de Tenerife.

Parques Rurales: Los parques rurales son espacios naturales amplios en los que se desarrollan actividades agrícolas, ganaderas o pesqueras, además de otras que tienen interés natural y ecológico. La declaración de estos espacios tiene por objeto conservar el conjunto anteriormente descrito al mismo tiempo que se promueve el desarrollo de la población local. Son espacios de categoría V y VI de UICN. En Tenerife existen los parques rurales de Anaga y de Teno.

Parques Naturales: Los Parques Naturales son entornos naturales amplios que no han sido alterados por los humanos, que contienen elementos naturales, tales como flora o fauna, que conforman el patrimonio natural de las Islas Canarias. Los parques naturales entran en la categoría II de UICN. El único parque natural de Tenerife es la Corona Forestal.

Parques Nacionales: Los Parques Nacionales son amplios espacios poco transformados por la mano humana cuya diversidad de elementos naturales y formaciones geológicas confieren una gran relevancia a la conservación de

dichos valores naturales, y que además son de interés nacional por ser entornos representativos de los sistemas naturales españoles. Según la nomenclatura internacional pertenecen a la categoría II de UICN. El Parque Nacional de El Teide es el único de Tenerife.

Esta información resulta enriquecedora para ayudar a contextualizar una de las partes de la investigación. Si bien, existe toda una legislación que trata de proteger todo este tipo de espacios tal y como indica la Ley 4/2017, del 13 de julio, del Suelo y de los Espacios Naturales Protegidos de Canarias, la cual deja constancia de la importancia y necesidad de la regulación del suelo del territorio autonómico, en varias ocasiones se han aprobado proyectos que presentaban varias irregularidades, como es el caso de Cuna del Alma. (Europa Press, 2023). Analizando el mencionado caso y el también reciente proyecto de construcción de un circuito de motor en Tenerife se busca demostrar la poca importancia o vigencia que tiene esta legislación cuando existe la posibilidad de llevar a cabo un trabajo cuyo beneficio económico es potencialmente alto.



Fig 2. Parque Nacional del Teide



Fig 3. Página web "Cuna del Alma"

1.6. Proyecto Cuna del Alma

Cuna del Alma es un proyecto de construcción de un complejo turístico en el sur de Tenerife, concretamente en la playa del Puertito de Adeje. Este plan empezó a gestarse en 2013 por Andreas & Partners, una promotora de viviendas de lujo situada en el sur de Tenerife. El proyecto pretende ocupar una superficie de 437.000 metros cuadrados, incluyendo 420 camas, repartidos en 3 tipos de viviendas, que van desde los 80 hasta los 650 metros cuadrados. El hotel también cuenta con una granja de 20.000 metros cuadrados, una playa privada, restaurantes, spa, etc. Todo esto supone una inversión de casi 350 millones de euros.

Sofie Vandermarliere, una de las principales inversoras del proyecto, lo define como "[...] un nuevo producto de hospitalidad basado en principios sostenibles [...]" (Eco Manifiesto - Cuna del Alma, s.f.) Todo el proyecto se vende, no sólo como un complejo turístico de lujo, sino también como un compromiso con el medioambiente. De hecho, en la página web se dedica un apartado bajo el nombre de "Eco Manifiesto", que básicamente

trata de comunicar el concienzudo compromiso medioambiental y social que guarda este proyecto, remarcando los 750 empleos que ha creado, así como la revitalización de un paisaje ya dañado o la protección de la tortuga "boba", una especie propia del océano Atlántico y el mar Mediterráneo, entre otros, que está actualmente en peligro de extinción.

Sin embargo, este proyecto no ha estado exento de polémicas prácticamente desde el primer momento. Salvar la Tejita, una asociación ecologista se ha opuesto a este complejo vacacional desde el primer momento, alegando destrucción de patrimonio natural, así como otras irregularidades del proyecto. Alfonso Boullón, uno de los portavoces de la plataforma, denuncia en una entrevista que durante las obras se ha destruido patrimonio arqueológico. Además, también comunica que el informe medioambiental que ha emitido la promotora hotelera es irregular, ya que solo recoge una especie protegida, cuando, según Alfonso, hay más de 10.



Fig 4. Prototipo del Circuito de Motor de Tenerife

1.7. Proyecto del Circuito del motor

El pasado martes 19 de julio de 2022, se presentó el proyecto de circuito del motor de Tenerife. En dicha presentación se indicó que el proyecto ya contaba con todas las homologaciones y aprobaciones necesarias. Este circuito está previsto para construirse en el municipio de Granadilla, en el sur de la isla de Tenerife.

Sin embargo, el mismo día de la presentación se organizaron dos concentraciones a las puertas del Auditorio Adán Martín, localización del mencionado evento. Por una parte, se reunieron los aficionados del motor, apoyando el proyecto. En el otro lado, se encontraba el colectivo ecologista, coordinados por plataformas como Salvar la Tejita o ATAN (Asociación Tinerfeña de Amigos de la Naturaleza).

Estos colectivos pedían a Carlos Sainz y Antonio Lobato, dos personalidades del mundo del motor que acudieron a la presentación, que retiraran su apoyo al circuito, denunciando que este se situará en terrenos de alta sensibilidad ambiental. Daniel Duque, uno de los portavoces de la plataforma

“Salvar la Tejita”, comunicaba su descontento en una entrevista con Radio Televisión Canaria, alegando que es un proyecto que se financia con 80 millones de euros de dinero público. Además, la declaración ambiental del proyecto no está en regla. El proyecto plantea ocupar una superficie de 1.300.000 metros cuadrados de suelo rústico, afectando severamente a la flora y fauna local. Por último, Daniel también señala que este tipo de circuitos nunca han sido rentables económicamente, atendiendo a otros casos en Europa. (Efe, 2022)

1.8. ¿Qué es un juego?

Acorde a la RAE (s.f.), un juego puede definirse como “acción y efecto de jugar por entretenimiento” o “ejercicio recreativo o de competición sometido a reglas, y en el cual se gana o se pierde”, entre muchas otras definiciones. Sin embargo, el concepto de juego es algo mucho más amplio que las citadas definiciones. Un juego es una actividad desarrollada por uno o más individuos cuyo propósito no es sino el mero hecho de realizarla. Esto no quiere decir que el juego no cumpla ninguna función, de hecho, la realización de actividades lúdicas ayuda al desarrollo de habilidades intelectuales, motoras y/o sociales.

El concepto de juego es tan amplio que resulta prácticamente imposible definirlo. De esto habla Joan Arnedo Moreno en su artículo “¿Qué es un ‘juego’?” (2015). En el texto cita al sociólogo Roger Callois, quién identifica dos tipos de actividades vinculadas a los juegos. Por una parte el “ludus”, que son actividades vinculadas a una serie de normas o reglas, y que declaran un vencedor y un perdedor. Por otro lado, el “paideia”, que son las actividades sin objetivo, que son realizadas simplemente por placer. Pero lo que se acerca a

la definición más acertada es la de Nicola Whitton en su libro “Learning with Digital Games”, en el cual señala que no tiene sentido declarar que es y que no es un juego, de manera binaria. En su lugar, Whitton establece una serie de propiedades asociadas a los juegos, de modo que se puede medir cuán “game-like”, es decir, cuántas de las mencionadas propiedades tiene un juego, en lugar de determinar si es o no es. Las propiedades que establece Whitton son las siguientes:

Competición: Existe un escenario con ganadores y perdedores.

Reto: La actividad no es trivial

Fantasía: Existe en un entorno imaginario

Exploración: Existe un componente de entorno que puede ser investigado u observado.

Objetivos: Hay un propósito concreto
Resultados: Las acciones cambian el estado de la actividad y tienen consecuencias.

Gente: Hay otros participantes implicados.

Reglas: Existen restricciones artificiales aceptadas por los participantes

Seguridad: Las acciones llevadas a cabo en su contexto no tienen implicaciones directas en el mundo real.

Algunas de estas propiedades aparecen en otras definiciones ya citadas, pero el enfoque es lo que lo hace distinto. Joan Arnedo Moreno (2022) también señala que ninguna de estas propiedades es referente al placer de jugar. Y es que es algo no medible. Todas las demás propiedades existen o no en un juego de manera objetiva, pero el placer es algo subjetivo de cada participante. Finalmente, Arnedo concluye con que no hay una definición que englobe todo lo que son los juegos y que no habrá ninguna sola del todo correcta.

Tipos de juegos

A través de los años se han desarrollado muchas formas de juego, como por ejemplo:

Juegos populares: Son aquellos juegos que se practican normalmente en la infancia. Normalmente son juegos que no requieren ningún tipo de material

o material muy genérico, como una pelota. Varios ejemplos de juego populares son el escondite, el “pilla pilla” o el “pescado salado” (también conocido como escondite inglés).

Juegos de mesa: Son juegos que normalmente utilizan cartas, tablero, fichas y/o dados. Todos estos juegos tienen un objetivo determinado y una serie de reglas que condicionan el transcurso de la partida. Existe una amplia variedad de tipos de juegos de mesa, como el ajedrez o el parchís, siendo estos dos de los más clásicos, y otros más actuales, como Monopoly, Cluedo o Risk.

Videojuegos: Los videojuegos son aquellos que se juegan a través de una consola u ordenador y se visualiza a través de una pantalla. A día de hoy existen una innumerable cantidad de géneros en los videojuegos y es uno de los medios de ocio más consumidos. Algunos de los videojuegos más famosos son la saga Super Mario, Final Fantasy o Fortnite, uno de los más recientes.

Juegos de rol: Son bastante similares a los juegos de mesa, con la peculiaridad de que cada jugador interpreta a un personaje ficticio, mientras que el dungeon master o game master les narra la historia en la que los jugadores son partícipes. El juego de rol más popular es Dungeons and Dragons,

aunque también existen otros como Vampiro: La Mascarada o Hunter: The Reckoning.

Juegos deportivos: Son juegos basados en competiciones físicas, ya sea entre personas individuales o entre equipos. Muchas veces, los deportes no son considerados como juegos, ya que el objetivo principal es la competición y no el entretenimiento. Algunos ejemplos son el fútbol, el voleibol o el atletismo.

Sin embargo, debido a la tipología de juego que se quiere desarrollar en este trabajo, nos centraremos en los juegos de mesa y en sus variantes.

Piezas comunes de los juegos de mesa

Normalmente, los juegos de mesa se pueden agrupar por el tipo de objetos materiales que utilizan:

Tablero

Cartas

Fichas

Dados

Esta manera de agrupar o clasificar los juegos de mesa no resulta la más acertada. Hay juegos que utilizan las mismas piezas u objetos y no se parecen prácticamente en nada, como pueden ser el Risk y Monopoly. Ambos juegos utilizan un tablero, cartas y dados, pero las mecánicas de juego distan mucho entre sí.



Fig 5. Super Mario Odyssey (2017)



Fig 6. Dados para juegos de rol

Géneros de los juegos de mesa

En respuesta a eso, se ha constituido una lista de géneros de juegos de mesa que ayudan a clasificarlos y entenderlos mejor.

Eurogames: Los eurogames suelen ser juegos con un sistema de puntuación asociado a las mecánicas de juego, así como una duración limitada y un uso limitado del lenguaje, para facilitar la internacionalización del juego. Algunos ejemplos de Eurogames son Catán o Carcassonne.

Ameritrash: Los Ameritrash suelen tener unas mecánicas más profundas que los Eurogames. Tratan de ser lo más inmersivos posibles, y por lo tanto suelen plantear una trama o contexto para sumergir lo máximo posible a todos los jugadores en la partida. Zombicide o Scythe son buenos ejemplos de Ameritrash.

Fillers: Suelen ser juegos con mecánicas muy sencillas y tiempos de partida muy cortos. No tienen demasiados elementos de juego, tan solo cartas y algunas fichas. Virus, Exploding Kittens o Tempurra son algunos ejemplos.

Cooperativos: Son juegos en los que los jugadores trabajan juntos para lograr un objetivo común que conduce a la victoria. Algunos juegos cooperativos son Los Inseparables o Tormenta Solar.

Juegos de mesa de miniaturas: Son juegos de distintas temáticas que suelen variar entre la estrategia, los wargames, etc. Runewars o Warhammer son algunos de los más populares.

Roles Ocultos: En estos juegos los jugadores juegan por equipos o de manera individual en el que cada jugador tiene una identidad secreta que influirá en el desarrollo de la partida. Hombres Lobo de Castronegro, Ciudadelas o Love Letter son algunos juegos de roles ocultos.

Juegos para dos: Son juegos diseñados exclusivamente dos jugadores y suelen ser de corta duración. 7 Wonders Duel es uno de los más famosos, pero existen otros como Saboteur o Patchwork.

Juegos en solitario: Como su propio nombre indica, son juegos diseñados para una sola persona. La serie Arkham Noir son juegos para un solo jugador. Wargames: Juegos que recrean

conflictos bélicos, con distintos grados de verosimilitud, ya sea en un contexto histórico o fantástico. 2GM Tactics o Risk son dos ejemplos de wargames.

Legacy: Juegos de mesa que siguen una historia narrada y que junto a la historia evoluciona la partida, similar a lo que sucede en juegos de rol. Algunos juegos Legacy son Gloomhaven o Machi Koro Legacy.

Abstractos: No siguen una temática o ambientación fija, sino que son juegos donde los elementos de juego no representan los objetos reales. Santorini o Golpe de Fe son juegos abstractos.

Deck Building: En estos juegos todos los jugadores parten con el mismo número de cartas y recursos, que habrán de utilizar para incrementar sus mazos y ganar la partida. Algunos ejemplos de juegos deck building son Dominion o Hero Realms.

Juegos de Cartas CCG: Son juegos de cartas en los que ha de comprarse un mazo de inicio y expansiones que contienen cartas aleatorias.

Juegos de Cartas LCG: Similares a los juegos de cartas CCG, pero las cartas de cada expansión vienen

especificadas con anterioridad. Hay varios juegos de cartas LCG de diferentes franquicias como El Señor de los Anillos o Juego de Tronos. Trading Card Games: Juegos de cartas "intercambiables", en las que los jugadores construirán sus mazos atendiendo a una serie de sinergias entre las cartas de los mismos. En estos juegos, la comunidad le da gran importancia al trueque de cartas, siempre con el objetivo de mejorar sus barajas. Magic: The Gathering o Yu Gi Oh! TRADING CARD GAME son dos de los TCG más populares e importantes.

En base a estos géneros, se eligieron varios juegos para analizar, intentando incluir todos los géneros que presentan características que podrían resultar influyentes en el desarrollo.

1.9. Juegos analizados

Para la elaboración del juego de mesa, se considera necesario analizar otros juegos de distintas temáticas, con la intención de encontrar características cuya implementación pueda resultar interesante en el producto final. Para esto, se han recopilado unos cuantos títulos de carácter cooperativo, así como de construcción de mazos y con características de Eurogame y Ameritrash. De los siguientes títulos se analizará el tiempo medio por partida, el número de jugadores, los materiales o piezas que utiliza (fichas, tableros, cartas, etc.), si son juegos de carácter cooperativo o competitivo, la temática del propio juego (espacial, fantástica, etc.), las mecánicas del juego, y por supuesto, el objetivo de victoria. Los juegos elegidos para su análisis han sido Magic: The Gathering, Disney Villainous, Los Inseparables, Tormenta Solar, Zombicide y Arkham Horror.

Magic: The Gathering

Tiempo medio por partida: 30 min – 2 horas

Número de jugadores: de 2 a 4 (recomendado), aunque puede ampliarse.

Materiales: Cartas, dados y fichas

Cooperativo o competitivo: Competitivo, aunque puede jugarse por parejas/equipos

Temática: Varía entre distintas temáticas (Medieval fantástica, cyberpunk, steampunk, etc.)

Mecánicas del juego: MTG tiene una base muy sencilla, aunque esconde mucha profundidad en las mecánicas de las propias cartas y las sinergias entre las mismas. Los jugadores dispondrán cada uno de su baraja que se basará en 1 o más de los 5 colores del juego (Azul, Rojo, Verde, Blanco y Negro). El mazo estará compuesto por cartas de tierra y cartas de hechizo. Las cartas de tierra agregan maná a las reservas del jugador, que servirá como energía o moneda para jugar el resto de cartas, que pueden ser criaturas (cartas que se quedan en el "campo de batalla" y podrán usarse

para atacar o bloquear), conjuros e instantáneos (cartas que tendrán un efecto de "un solo uso" y se descartan tras ser jugadas. Los conjuros solo pueden jugarse en el turno del jugador que lo lance, mientras que los instantáneos pueden jugarse en cualquier momento.), equipos y auras (cartas que modificarán las estadísticas o habilidades de una criatura de manera permanente hasta que se retire el equipo o el aura), encantamientos (cartas que se quedarán en el campo de batalla y tendrán una habilidad que se disparará cada vez que se cumplan unas condiciones concretas) y los Planeswalker (cartas que suponen un nuevo objetivo de ataque, como si fuera un jugador, y que puede disparar cada una de sus habilidades una vez por turno, que están basadas en un sistema de suma y resta de contadores.). Además, también ha surgido un formato conocido popularmente como EDH o Commander que se juega con barajas de 100 cartas, con la peculiaridad de que habrá una de las cartas que ejerce de "comandante" y que se podrá jugar en cualquier momento, sin necesidad de tener la carta en la mano. Dicha baraja se basará únicamente en la identidad de colores del comandante. El turno consta de tres fases:

Mantenimiento (se enderezan todas las cartas y se roba una del mazo), fase principal (en la cual se podrán jugar todas las cartas que el jugador quiera y pueda), fase de combate (el jugador declara atacantes hacia el oponente. Dicho oponente podrá elegir criaturas bloqueadoras, que lucharán en base a sus valores de fuerza y resistencia) y la segunda fase principal (en la que el jugador podrá volver a jugar cartas antes de terminar su turno).

Objetivo: El objetivo es ser el último jugador en pie. Para ello, se debe reducir a 0 el número de vidas de los oponentes. En el formato estándar, el número de vidas inicial es 20, mientras que en EDH es 40. En EDH también hay otra condición de victoria, que es infligir 21 puntos de daño con la carta de comandante.



Fig 7. Magic The Gathering

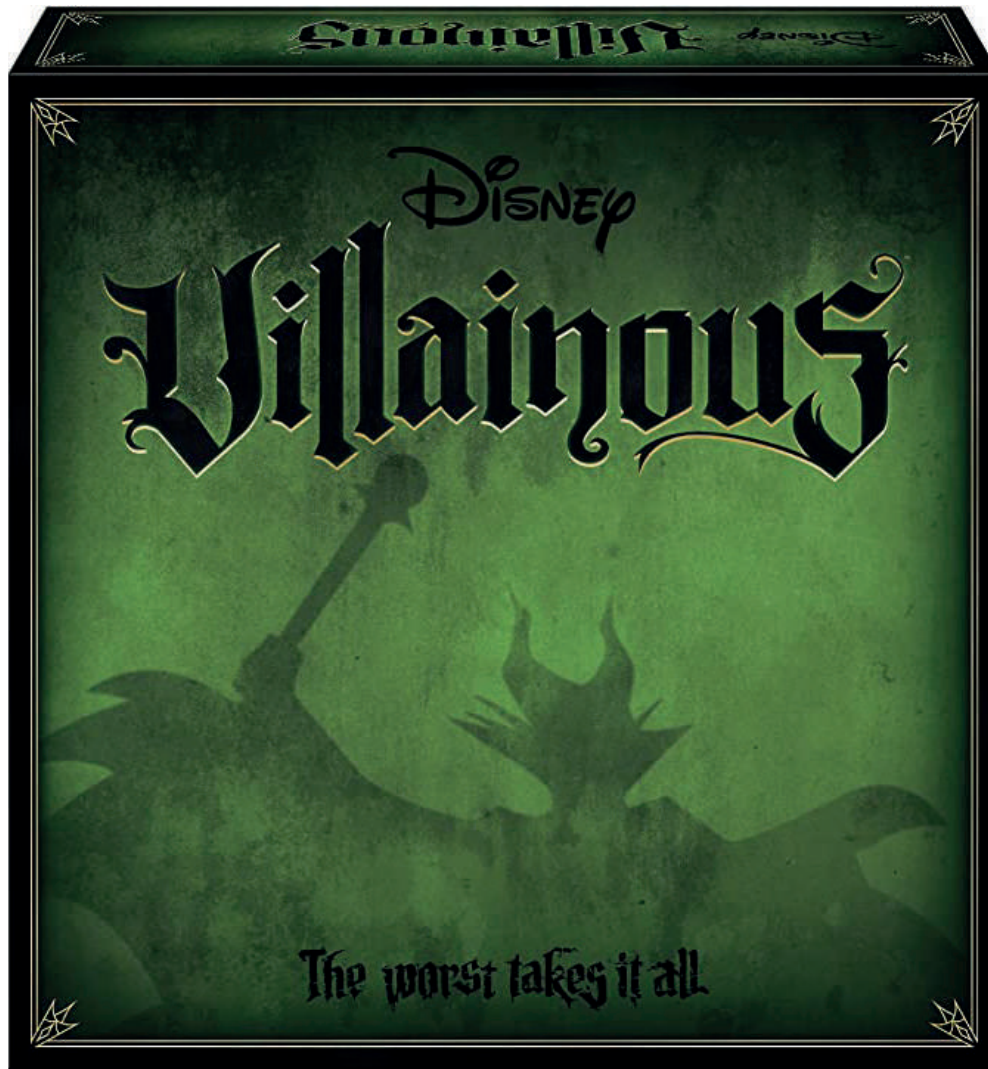


Fig 8. Disney Villainous

Disney Villainous

Tiempo medio por partida: 40 minutos - 2 horas

Número de jugadores: de 2 a 6 jugadores

Materiales: Cartas, tableros y fichas.

Cooperativo o competitivo:
Competitivo

Temática: Villanos de las películas de Disney

Mecánicas: Disney Villainous es particularmente interesante en este aspecto porque tiene muchas formas de jugarse. El juego base incluye 6 personajes distintos (Maléfica, Jafar, Úrsula, Capitán Garfio, La Reina de Corazones y el Príncipe Juan). Cada uno de estos personajes tendrá su propio tablero, y mazo de cartas, y cada uno de estos villanos tiene una forma propia de jugarse. El mazo se divide en 2 montones: el mazo de Villano y el mazo de Destino. El primero serán las cartas que jugará el jugador que tome el papel de dicho villano, mientras que el segundo mazo lo usarán el resto de jugadores para frenar el avance del primer jugador. Cada villano también tiene su propio

tablero, que representará una serie de ubicaciones icónicas a las que se le asocian una serie de acciones. En cada turno, el villano podrá moverse a una ubicación a su elección y realizar las acciones que allí se indiquen.

Objetivo: Al igual que cada villano tiene su propio mazo y tablero, también tiene su propio objetivo de victoria. Esta es una de las cosas más interesantes, ya que cada jugador tiene que enfocarse en su propia partida al mismo tiempo que trata de frenar al resto de jugadores, ya que el primero que cumpla su objetivo de victoria será el ganador de la partida.

Los Inseparables

Tiempo medio por partida: 30 minutos

Número de jugadores: de 2 a 5 jugadores

Materiales: Cartas y fichas

Cooperativo o competitivo:
Cooperativo

Temática: Histórica, Primera Guerra Mundial

Mecánicas: La partida empieza con la elección de personaje. La elección de personaje no es demasiado relevante ya que todos tienen la misma habilidad con una pequeña variación. Tras elegir o repartir los personajes se elige un jefe de misión, que será el jugador inicial. Posteriormente se divide la baraja de juego en 2 montones. El primero, el mazo de misión, contará con 25 cartas en principio. El resto de cartas se acumularán en el mazo de moral. Se reparten las fichas de moral a cada jugador y así concluye la fase de preparación. A continuación se define la "intensidad" de la misión con un valor numérico. El valor numérico elegido será el número de cartas que robe cada jugador. Ahora los jugadores

empezarán a desarrollar sus turnos, en los cuales elegirán una de las siguientes acciones. Jugar una carta, usar un amuleto, usar una ficha de discurso (a partir de la segunda ronda) y replegarse. Las cartas se dividen en dos tipos: amenaza e impacto. Las de amenaza se jugarán en la mesa, y cada uno tendrá dos símbolos, uno de clima y otro de artefacto. Si se acumulan 3 símbolos iguales de cualquiera de los dos tipos, se fallará la misión y se acabará la partida. Por otra parte, las cartas de impacto actuarán como "heridas" en los jugadores, además de conllevar efectos que deben resolverse en cuanto se jueguen dichas cartas. Si un jugador acumula 4 iconos de impacto, también fracasará la misión. El amuleto (que cada jugador contará con uno diferente de los demás) se podrá usar para descartar una carta que comparta icono con dicho amuleto. Una vez se utilice el amuleto, no podrá volver a usarse hasta recuperarlo. Cuando se usa la ficha de discurso, el jugador enuncia un tipo de amenaza, y el resto de jugadores descartarán las cartas que tengan en su mano con dicho símbolo. Por último, los jugadores pueden replegarse, que significa que se retiran de la ronda, y juegan una ficha de apoyo. La ficha de apoyo indica derecha o izquierda, y cuando se

replieguen todos los jugadores, cada jugador le dará su ficha al jugador del lado que indique la misma. En este punto, si un jugador tiene más fichas de apoyo que ningún otro, podrá recuperar su amuleto o quitarse hasta dos cartas de impacto. Cuando se replieguen todos los jugadores, se cuentan las cartas que han sobrado en la mano de todos. Esa cantidad de cartas se pasará del mazo de moral al mazo de misión. Al comienzo de una nueva ronda, se le otorga una ficha de discurso al último jefe de misión, y la ficha de jefe pasará al siguiente jugador.

Objetivo: Para ganar, hay que agotar el mazo de misión y que la carta de paz quede visible. Por otra parte, si se agota el mazo de moral, supondrá la derrota.

Los Inseparables

¿Puede la amistad ser más fuerte que la guerra?



Fig 9. Los Inseparables

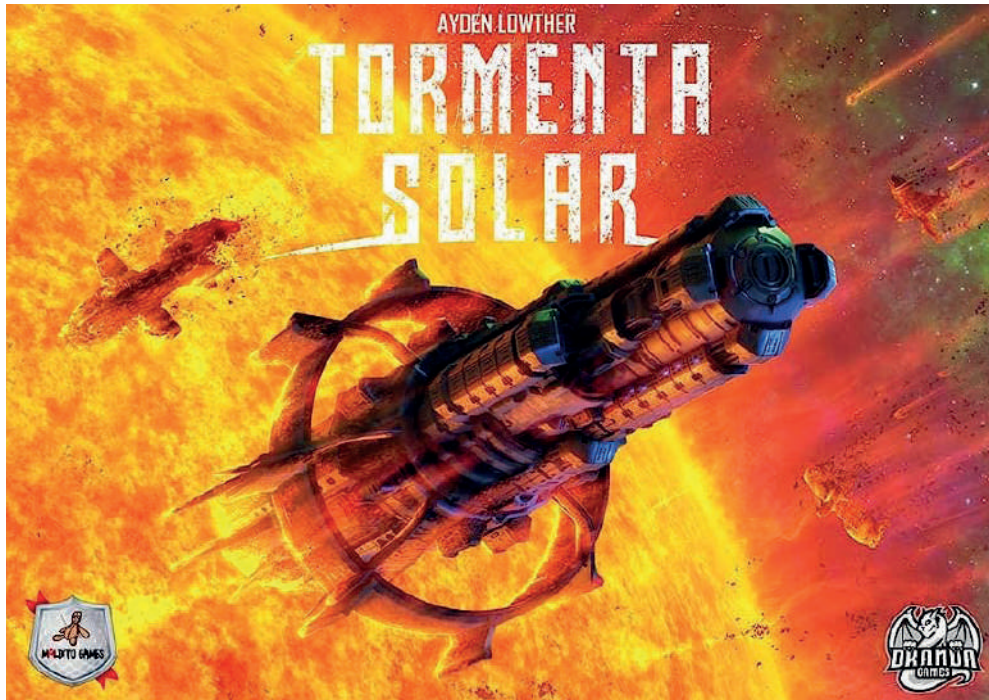


Fig 10. Tormenta Solar

Tormenta Solar

Tiempo medio por partida: 45 minutos

Número de jugadores: de 1 a 4 jugadores

Materiales: Cartas y fichas

Cooperativo o competitivo: Cooperativo

Temática: Ciencia ficción, espacial

Mecánicas: Tormenta Solar es un juego de gestión de acciones. Este juego nos pone en la piel de una tripulación a bordo de una nave espacial. Al empezar, se coloca la carta de "Núcleo" en la mesa, y alrededor de la misma se colocan 8 cartas de ubicación de la nave de manera aleatoria. Cada una de estas habitaciones tendrá un color asignado, y si hay dos cartas con el mismo color, habrá de removerse una y sustituirla por otra del mazo. También se colocarán unos cubos sobre cada carta, que indican el estado de cada ubicación, el mazo de daños, el mazo de mercado y el mazo de protección. Antes de empezar a jugar, se sacarán dos cartas de la parte inferior del mazo de daño, y se

restará un cubo a aquellas ubicaciones indicadas en dichas cartas. En su turno, cada jugador podrá hacer 3 de las siguientes acciones:

Moverse de manera ortogonal a una carta adyacente (1 acción por carta), reparar daños en la ubicación en la que se encuentre, derivar la potencia de la ubicación en la que se encuentre, disparar la habilidad de la ubicación (está indicada en el texto de la carta), tirar un dado para obtener recursos, compartir recursos con otro jugador que esté en la misma habitación o coger una ficha de +1, que nos dará una acción extra en otro turno. En la siguiente fase se pueden conseguir recursos del mazo de mercado. Por último se levanta una carta de daño y se daña la ubicación indicada. Si una sala es dañada cuando no le queden cubos, será destruida.

Objetivo: El objetivo del juego es derivar la potencia de todas las salas. Una vez hecho esto, el juego se da por concluido y supone la victoria. Si una sala es destruida o se acaba el mazo de mercado supondrá la derrota para todos los jugadores



Fig 11. Zombicide Undead or Alive

Zombicide

Tiempo medio por partida: de 30 minutos a 4 horas

Número de jugadores: de 1 a 6 jugadores

Materiales: Tablero, fichas, cartas, dados y miniaturas

Cooperativo o competitivo:
Cooperativo

Temática: Apocalipsis Zombie, postapocalíptica, espacial, medieval (depende de la edición)

Mecánicas: Zombicide se sitúa en un apocalipsis zombie en el que los jugadores interpretan a un grupo de supervivientes. Los jugadores habrán de cooperar y enfrentarse a los zombies para ganar. La duración y dificultad de la partida dependerá de la misión que el jugador o el grupo decida jugar, así como los objetivos de victoria. Para jugar, se elige una misión, y se coloca el tablero y las fichas como se indique. Se separan algunas cartas clave, así como las barajas de Zombi y de Equipo. Cada jugador elige a su(s) superviviente(s), dependiendo del número de jugadores. Durante su turno, cada jugador puede realizar 3

acciones. Cuando todos los jugadores juegan su turno, empieza la fase de los zombies, que tendrá una acción cada uno. Los zombies se moverán hacia los jugadores y los atacarán. Los jugadores tendrán que tener en cuenta la distancia, la línea de visión, el ruido que hacen, etc. a la hora de hacer frente a los zombies. Encontrarán diferentes equipos y herramientas, tales como armas o llaves.

Objetivo: Para ganar la partida, los jugadores deben cumplir los objetivos indicados en la partida. Una vez se cumplan, los jugadores ganarán instantáneamente. La partida se pierde cuando todos los jugadores son derrotados por los zombies.

Arkham Horror

Tiempo medio por partida: de 2 a 4 horas

Número de jugadores: de 1 a 8 jugadores

Materiales: Tablero, cartas, dados.

Cooperativo o Competitivo:
Cooperativo

Temática: Horror Eldrich, inspirado en el imaginario de H.P. Lovecraft

Mecánicas: Arkham Horror, al igual que Zombicide, es un juego tipo Ameritrash cooperativo. El juego pondrá al grupo de jugadores al frente de una aventura previamente seleccionada, ya que al igual que Zombicide, se juega por misiones. La colocación de los módulos de tablero también dependerá de la misión que se esté jugando. Además, también se colocan los distintos mazos de cartas sobre la mesa, así como todos los tipos de fichas. El orden de juego será el que decidan los propios jugadores, no tiene porque ser horario o antihorario. Los jugadores podrán hacer 2 acciones de entre todas las que nos permite el juego, como movernos, conseguir dinero, conseguir

concentración, protegernos, atacar, huir, revelar pistas o intercambiar objetos con otros jugadores. Cuando todos los jugadores terminan su turno, empieza el turno de los monstruos. Los monstruos se moverán según indiquen sus cartas, y se enfrentarán a los jugadores si se encuentran en la misma ubicación que alguno de estos. Entonces comienza la fase de encuentros. Se revela una carta del mazo de encuentros y se resuelven los eventos asociados a ubicaciones en las que haya jugadores. Si los jugadores están en la zona de calle o anomalía, se desvelaran cartas de estos mazos, respectivamente. Finalmente, empieza la fase de mitos. En una bolsa opaca, se colocan las fichas de mitos, indicados por la misión. Cada jugador sacará dos y resolverá los eventos que indiquen dichas fichas. Una de las fichas puede ser la ficha de pista, que nos hará revelar una carta del mismo tipo. Esta carta se mezclará en el mazo de encuentros, y cuando sea revelada y resuelta, podremos obtener la pista. Acumular fichas de pista será la manera de obtener cartas de código y así avanzar en la partida.

Objetivo: El objetivo de la partida depende de la misión que se escoja al empezar a jugar. El objetivo no estará claro desde el principio, sino que los jugadores lo adivinarán según avanza la partida. Si los jugadores tardan demasiado en resolver dichos objetivos, supondría la derrota.



Fig 12. Arkham Horror

1.10. Identidad visual de los competidores

Antes de empezar a desarrollar una identidad visual, se realizó un análisis sobre la identidad de otros juegos. Principalmente se eligieron aquellos que ya se habían tomado como referencia anteriormente, intentando encontrar un equilibrio entre juegos similares en cuanto a jugabilidad y otros que se parecieran en el concepto o planteamiento de la trama. Tras analizar varias identidades visuales, se llegó a la conclusión de que, por norma general, el diseño de identidad de los juegos de mesa se decanta mucho por un aspecto decorativo, siempre acorde a la temática del juego. De esta manera, se determinó que los referentes no podían ser demasiado influyentes en el desarrollo de la identidad, ya que estos utilizan un lenguaje gráfico adaptado a sus temáticas, con elementos representativos de estas. Por lo tanto, aunque no se pudieron extraer referencias directas, sí que se optó por construir una imagen con elementos propios del juego.

Por otra parte, sí que se tuvieron en cuenta algunos aspectos, como la presentación del packaging, las cartas, las instrucciones, etc. Una vez se concluyó el análisis de las marcas, se pasó a desarrollar la identidad visual.



Fig 13. Análisis de IVC de competidores

1.11. Encuesta sobre preferencias

Con el objetivo de conocer las preferencias del público objetivo (consumidores habituales y personas de un rango de edad entre 17 y 30 años aproximadamente) se difundió un cuestionario con 12 preguntas referentes a los propios juegos de mesa. Dicho cuestionario se movió en entornos de personas jóvenes, de entre 20 y 30 años. Este formulario se difundió el día 3 de febrero de 2023 por medio de un formulario de Google, recogándose los datos una semana más tarde. La amplia mayoría de los encuestados son estudiantes universitarios procedentes de Los Realejos, pero debido a la difusión de la encuesta en otros círculos, se desconoce la edad y ocupación de algunos participantes. De esta manera, se pretende conseguir datos relevantes a la hora de elaborar el juego de mesa, desde el diseño de mecánicas de juego hasta los elementos que han de estar presentes en el producto final. En total se obtuvieron 52 participaciones.

Al principio del cuestionario se pregunta acerca de la asiduidad y la experiencia que tienen los

participantes en juegos de mesa. El 78,8% de los participantes respondieron que sí son jugadores habituales. Sin embargo, el 100% admite tener al menos algo de experiencia. El 44,2% afirma tener un grado medio de experiencia. Además, también se les pregunta a los participantes acerca de los juegos anteriormente analizados. Magic: The Gathering y Disney Villainous son los juegos más populares entre el público (42,3% y 38,5% respectivamente), mientras que Tormenta Solar solo es conocido por uno de los participantes (1,9%). Por otra parte, una cuarta parte de los participantes afirma nunca haber jugado ninguno de los juegos mencionados.

A la hora de preguntar acerca del tipo de juego favorito, estos se agruparon en 3 grupos basados en la duración y complejidad de los juegos. Estos son: Party games; para los más sencillos, Eurogames; para juegos de complejidad y duración media, normalmente basados en sistemas de puntuación, y por último, Ameritrash; juegos muy profundos y de partidas largas, con un alto grado de inmersión.

Más de la mitad (51,9%) de las respuestas indicaban que el género favorito son los eurogames

(complejidad y duración media), mientras que los ameritrash y los party games están muy igualados (15,4% y 19,2%). Además, también hay otro pequeño segmento que prefiere los "Wargames" o juegos de simulación bélica, que acumulan 6 votos.

¿Consumes habitualmente juegos de mesa?

52 respuestas

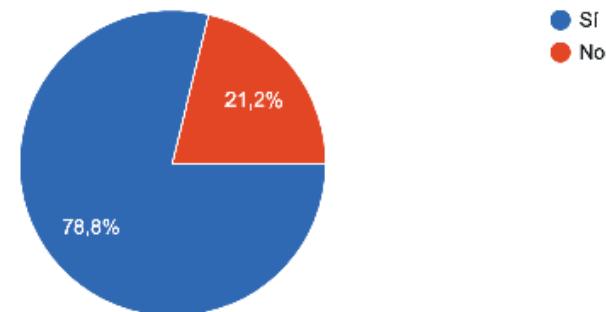


Fig 14. Resultados del formulario

Por otra parte, en dicho cuestionario también se preguntó acerca de los precios que el público considera adecuados para un juego de mesa. Se determinaron intervalos de 10 euros, hasta los 40, en la cual se establece una horquilla desde 40 a 80 euros. Por último, se contempla la opción de juegos cuyo precio fuera de 80 euros o superior. El 30,8% respondió que estaría dispuesto a pagar entre 40 y 80 euros por un juego, seguido del 25% que considera que el precio ideal se sitúa entre los 20 y 30 euros.

Uno de los puntos más importantes de crear un juego es la dificultad del propio juego, por eso se le dedicó una pregunta a dicho tema. Se le pidió a todos los participantes que valoraran del 0 al 5, siendo el número más alto el que se corresponde con mayor nivel de complejidad, cuánto disfrutaban cada "nivel de dificultad", desde muy fácil hasta muy difícil. También se contempló en dicha encuesta la opción de los juegos con dificultad adaptativa. Una vez obtenidas las 52 respuestas, se calculó la media aritmética de cada uno de los niveles de dificultad para determinar cuál es el mejor valorado. A continuación se muestra un resumen de los resultados:

- "Muy fácil": 1,23 puntos sobre 5
- "Fácil": 2,11 puntos sobre 5
- "Medio": 3,17 puntos sobre 5
- "Difícil": 3 puntos sobre 5
- "Muy difícil": 2,23 puntos sobre 5
- Dificultad adaptativa: 3,3 puntos sobre 5

Las siguientes preguntas trataban la duración por partida de los juegos, separados también por complejidad (simples, complejidad media y muy complejos). Se determinaron varios intervalos: menos de 15 minutos, de 20 a 40, de 60 a 80 y más de 80. En los juegos sencillos, el 44,2% se decanta por partidas de 15 minutos, aunque otro 40,4% prefiere partidas de entre 20 y 30 minutos. En los juegos de complejidad media, el 57,7% determinó que la duración ideal ronda entre los 20 y 40 minutos. Por último, en los juegos complejos, el 53,8% de los participantes prefieren partidas de entre 60 y 80 minutos.

¿Cuánto disfrutas cada nivel de dificultad?

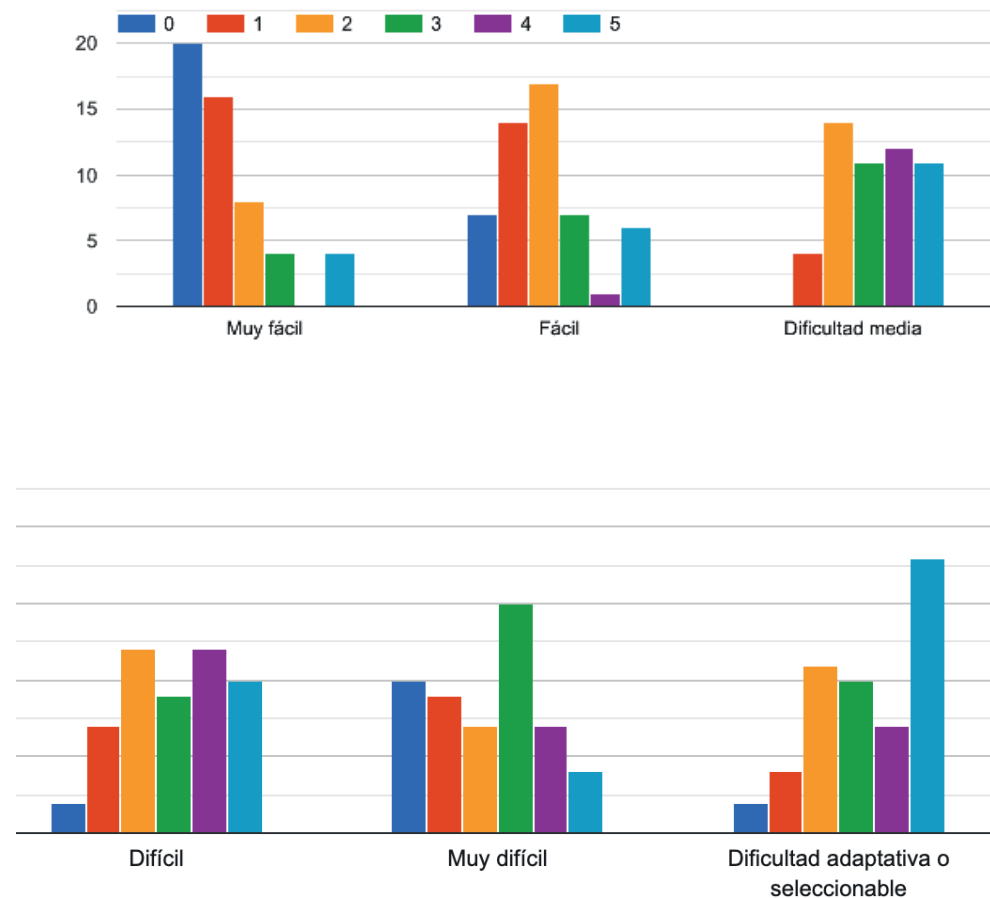


Fig 15. Resultados del formulario

¿Qué número de jugadores te parece el ideal para un juego de mesa?

52 respuestas

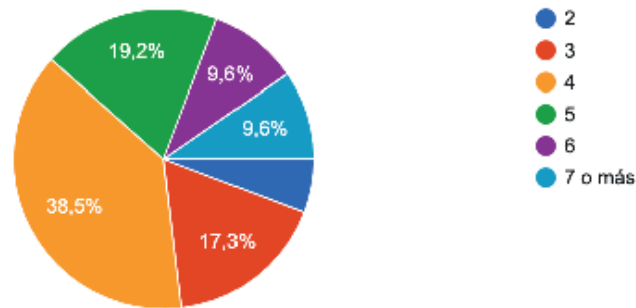


Fig 16. Resultados del formulario

También se investigó el tema de los materiales o elementos que les gusta encontrar a los usuarios en juegos de mesa (cartas, dados, fichas etc.). Al 88,5% de los participantes les gusta encontrar cartas en los juegos, siendo este el elemento más popular entre todos. De cerca le siguen los tableros (69,5%), las fichas (59,6%) y los dados (53,8%).

Otra característica importante en los juegos de mesa es el número de jugadores. Un 38,5% de los participantes considera que el número óptimo de jugadores es 4. Un 19,2% prefiere para 5 jugadores, y el 17,3% considera que 3 jugadores es la cantidad ideal.

Para terminar, se dejó una pregunta de respuesta libre preguntando por el juego de mesa favorito de cada usuario, admitiendo también juegos de cartas y juegos de rol. El nombre más sonado fue "Skull King", un juego de bazas muy parecido al "Envite" canario. Otros nombres que se repitieron fueron "Colonos de Catán", "Magic: The Gathering", "Ciudadelas", "Disney Villainous", "Dixit", "Las Ruinas Perdidas de Arnak" y "Beyond the Sun".

Analizando las estadísticas, se puede deducir que los juegos más

populares son los de cartas, no solo por las preferencias de materiales, sino porque de entre los juegos analizados, los dos más populares son "Magic: The Gathering" y "Disney Villainous". Además, los juegos más populares son aquellos de complejidad media con dificultad adaptativa, por lo que el tiempo de partida óptimo debería rondar una duración de entre 20 y 40 minutos. Dado que el tipo de juego favorito es el que se define en el cuestionario como "Eurogame", el precio ideal se ubicaría entre los 20 y 40 euros, ya que precios superiores a este suelen asociarse a juegos con más profundidad. Por otra parte, que 4 sea el número de jugadores preferido resulta oportuno, ya que de esta manera no hay que profundizar tantos en algunos aspectos, como por ejemplo, mecánicas de personajes, si los hubiese. Por último, en base a los resultados, para crear una propuesta de juego, se deben tener en cuenta los títulos más recurrentes en la última pregunta para realizar un análisis superficial de los mismos.

1.12. Normativa

En orden de diseñar el producto acorde a la legislación vigente, se consultó el Real Decreto 1205/2011, de 26 de agosto, sobre la seguridad de los juguetes. No se tuvieron en cuenta todos los artículos, puesto que hay algunos que no afectan al diseño del producto, como por ejemplo, aquellos relacionados con las importaciones y la distribución. Por otra parte, se recogieron aquellos artículos que abarcan definiciones y normativas de seguridad. A continuación se recogen y explican aquellos artículos que se han considerado importantes para la correcta elaboración del producto.

El Artículo 1.1 establece las normas de seguridad necesarias para aquellos productos estén diseñados con fines de juego, exclusivamente o no, para menores de 14 años.

El Artículo 11.2 recoge que los juguetes no pueden poner en peligro la seguridad o salud de los usuarios, y que se han de diseñar teniendo en cuenta los posibles comportamientos que puede tener un niño. Las instrucciones del juguete han de alertar de los posibles riesgos que entraña su uso.

En el Artículo 12.1 y el Anexo V, parte A, se indica que en el juguete debe especificarse edad mínima y/o máxima, así como peso mínimo y/o máximo, si fuese procedente y la necesidad de asegurarse de que dicho juguete se use bajo supervisión adulta, una vez más, si fuese necesario. En la parte B del Anexo V se indica que todo aquel juguete que no esté diseñado para menores de 36 meses debe ser identificado con el uso de un pictograma o bien con la correspondiente advertencia en el embalaje o instrucciones de uso.

En el Artículo 12.2 se especifica que las advertencias de seguridad deben indicarse de manera clara y legible en el propio juguete. Si no es posible, deben indicarse en las instrucciones o en el embalaje. Estas advertencias deben estar redactadas al menos en español.

2. Fase de conceptualización

2.1. Referencias

Atendiendo a los datos extraídos de la encuesta y del análisis de los juegos seleccionados para el mismo, lo siguiente es empezar a diseñar lo que será el juego y el producto visual u objetual final. Según los datos recogidos, los juegos más disfrutados son aquellos con unos parámetros medios (dificultad, complejidad y duración), por lo que se trabajará sobre esas bases. Por lo tanto, el juego que se diseñe tendrá que ceñirse a las preferencias del público objetivo que se han recogido. Además, es conveniente también tener en cuenta la posibilidad de implementar una dificultad adaptativa, ya que esto podría satisfacer las demandas de más usuarios. Por otra parte, es importante considerar los objetos de los cuales se compondrá el juego (cartas, tablero, fichas, dados, etc.), ya que cuántos más se utilicen, mayor será el coste de producción, y será menos accesible económicamente para un gran público.

Lo primero que se decidió diseñar fueron las mecánicas del propio juego, dejando por el momento a un lado la ambientación, ya que esta es tan solo un contexto para el desarrollo del

juego. Antes de empezar a trabajar en los sistemas de juego, lo primero es buscar referencias para poder conseguir el mejor resultado posible. Estas referencias no solo se buscaron en otros juegos de mesa ya existentes, sino en algunos videojuegos, ya que algunos títulos de la industria poseen mecánicas cuya traducción a los juegos de tablero y cartas puede ser realmente interesantes.

Estos fueron los títulos analizados:

Munchkin:

Tiempo medio por partida: Entre 45 y 60 minutos, aproximadamente
Número de jugadores: de 3 a 6 jugadores

Materiales: Cartas y Dados

Género: Juego de mesa, Eurogame, Dungeon Crawler

Cooperativo o Competitivo: Competitivo

Temática: Fantasía medieval

Mecánicas: Munchkin es un juego con una complejidad considerable, a pesar de que tener un bucle de juego muy sencillo y tan solo hacer uso de cartas

y un dado. Cada jugador encarnará a su propio personaje, que deberá adentrarse en una mazmorra con el fin de volverse más fuerte subiendo de nivel y consiguiendo equipo más poderoso. Para personalizar a los personajes, los jugadores encontrarán armas y armaduras que los ayudarán en sus combates, así como clases de raza y clase, que le otorgarán una serie de pros y contras. En cada turno, cada uno de los jugadores abrirá una puerta de la mazmorra, revelando una carta del mazo homónimo. La carta podrá revelar un monstruo o un objeto. En caso de que sea un monstruo, el jugador se verá forzado a afrontar el combate. Las recompensas del combate suelen ser niveles de experiencia y/u objetos, sin embargo, la derrota también tiene consecuencias, pues podría significar la pérdida de un único nivel o la muerte del personaje, entre otras muchas cosas. Además, los otros jugadores podrán sumarse al combate para ayudar a cualquiera de las dos partes, ya sea para compartir el botín del monstruo o para interrumpir el progreso de otro jugador. Las constantes alianzas y refriegas entre jugadores hacen de Munchkin un juego sencillo de entender y por lo tanto muy accesible y apetecible para una amplia selección del público.

Objetivo: El objetivo para ganar en Munchkin es llegar a nivel 10 de experiencia, aunque esta norma puede cambiarse por los propios jugadores, para hacer una partida más corta o más larga.

Growing Seasons

Tiempo: 40 minutos, aproximadamente

Número de jugadores: de 1 a 4 jugadores

Materiales: Cartas, tableros y fichas

Género: Juego de mesa, eurogame

Cooperativo o Competitivo: Competitivo

Temática: Construcción de granjas

Mecánicas: En Growing Seasons, el objetivo de cada jugador es gestionar la granja de la manera más productiva posible. A través de un mazo básico de carta de acción, los jugadores regarán y cosecharán sus cultivos, que les proporcionarán beneficios. Con este dinero podrán comprar otros cultivos, así como otras ventajas que les ayudarán a progresar, como mejoras para el mazo de acciones o mejoras para la propia granja, como un sistema de riego automatizado, por ejemplo. Cada vez que se inviertan 10 monedas en la granja, se obtendrá un punto, que será el motor de progreso para la victoria. Además, el juego también cuenta con una método

secundario para engrosar las riquezas de los jugadores. Al principio de la partida, se decidirá cuál será este método, ya que puede elegirse entre la minería o la pesca. Por una parte, la minería resulta más segura, y por lo tanto, la opción óptima para jugadores primerizos, ya que no entraña ningún tipo de riesgo. Por otro lado, la pesca tiene cierto componente de riesgo recompensa, por lo que puede resultar más interesante para jugadores más experimentados. Por último, resulta destacables que si bien el modo de juego óptimo es el de 2 jugadores, Growing Seasons cuenta con un modo de juego para un jugador, en el que el jugador se enfrentará al propio juego.

Objetivo: El objetivo y condición de victoria de Growing Seasons es ser el primer jugador en mejorar su granja. La cantidad de puntos necesaria para la victoria será determinado por los jugadores antes de empezar la partida.



Fig 17. Growing Seasons



Fig 18. Darkest Dungeon (2015)

Darkest Dungeon

Tiempo: de 10 a 15 minutos por partida

Número de jugadores: 1

Materiales: Nada

Género: Videojuego, dungeon crawler, combates por turnos

Cooperativo o Competitivo: Un sólo jugador

Temática: Fantasía medieval oscura

Mecánicas: Darkest Dungeon es un videojuego en el cual se le encomienda al jugador la tarea de guiar a un grupo de aventureros a través de una mazmorra. Antes de saltar a la acción, el jugador deberá formar su grupo de 4 personajes, con una amplia gama de clases de personaje a su disposición, cada uno con sus habilidades, roles y especificaciones. Los personajes ocuparán un espacio en el grupo (vanguardia y retaguardia), y esto determinará que habilidades pueden o no usar, por lo que el posicionamiento previo de los personajes es casi tan importante como la elección de los mismos. Una vez elegido el grupo, el jugador entrará a la mazmorra. Deberá recorrer las estancias de la misma, haciendo frente a monstruos

y trampas por igual. Los combates del juego se desarrollan por turnos, y como se menciona anteriormente, cada tipo de personaje tiene un arquetipo de habilidades (defensivas, ofensivas, curativas, etc.). Además, los personajes tienen un medidor de "locura", que al elevarse demasiado, tendrá efectos generalmente negativos. Por otro lado, Darkest Dungeon cuenta con la mecánica conocida como permadeath, es decir, una vez muere un personaje, no hay manera de traerlo de vuelta a la vida.

Objetivo: El objetivo planteado en Darkest Dungeon es un objetivo a muy largo plazo, el cuál es superar la mazmorra final, por lo que el juego establece objetivos a corto plazo que conducen al jugador hasta el objetivo final.

Catán

Tiempo: de 1 a 2 horas

Número de jugadores: de 2 a 4 (ampliable a 6 con un kit de expansión)

Materiales: Dado, fichas de tablero, cartas, fichas

Género: Juego de mesa, eurogame

Cooperativo o Competitivo:
Competitivo

Temática: Construcción de colonias

Mecánicas: En Catán los jugadores deberán construir ciudades y caminos. Para ello necesitarán una serie de materiales. Para obtener dichos materiales hay que atender al tablero, pues una de la secciones del mismo llevará asignado un número y un recurso. Al principio de su turno, cada jugador tirará dos dados de 6, y se extraerán recursos de las casillas con el número que haya salido en los dados. Solo podrán reclamar estos recursos aquellos jugadores que hayan construido un poblado o ciudad en esas casillas. Cada poblado otorgará 1 punto, mientras que las ciudades otorgan 2. Además,

hay otras maneras de conseguir puntos: consiguiendo la carretera ininterrumpida más larga, acumulando el mayor número de caballeros o consiguiendo cartas de puntos de victoria. Para obtener caballeros o cartas de punto, los jugadores deben comprar cartas a cambio de varios recursos. Otro parte interesante de Catán es la mecánica del ladrón. Cuando el resultado del dado es un 7, el ladrón hará acto de presencia, quitándole la mitad de las cartas a aquellos jugadores que acumulen 7 o más. Además, el jugador que tiró el dado, podrá colocar al ladrón en una casilla, tapando el número, bloqueando así la casilla. También podrá robar recursos de los jugadores que tengan poblados o ciudades en esa casilla. Por último, cabe destacar la mecánica de comercio, que tiene dos variantes. La primera es el comercio con el propio juego. En los bordes del tablero, aquellos jugadores que tengan ciudades o poblados podrán intercambiar recursos con la "banca" (el jugador entrega 2 cartas de madera y recibe 1 carta de piedra, por ejemplo.). El otro tipo de comercio es el que se lleva a cabo entre jugadores, que por su propia naturaleza, tiene muchas menos limitaciones que el otro sistema.

- **Objetivo:** El objetivo de Catán es acumular 10 puntos construyendo ciudades y carreteras, reclutando caballeros y consiguiendo cartas de puntos de victoria.



Fig 19. Catán



Fig 20. Doom (1993)

Doom (1993)

Tiempo: de 10 a 20 minutos por nivel. Entre 5 y 7 horas de tiempo de juego total.

Número de jugadores: 1 jugador

Materiales: nada

Género: FPS (First Person Shooter)

Cooperativo o Competitivo: Un sólo jugador

Temática: Ciencia ficción, terror espacial.

Mecánicas: Doom pone al jugador en las carnes de un "marine espacial" que debe abrirse paso a través de una estación espacial situada en Phobos, una de las lunas de Marte. Esta ha sido invadida por demonios y, como único superviviente, la misión del personaje es salir sano y salvo. Doom no inventó las mecánicas del first person shooter, pero sí las refinó y sentó cátedra. El juego plantea una serie de niveles relativamente pequeños, pero un tanto laberínticos, que irán volviéndose más y más complejos según avance la aventura. Además, en cada nivel, sitúa una serie de objetos claves (como llaves de colores) que serán

imprescindibles para avanzar, por lo que la exploración de estos entornos será crucial.

Objetivo: El objetivo de Doom es superar todo y cada uno de los niveles que plantea para terminar el juego.

Final Fantasy VII (1997)

Tiempo: 40 horas de juego total, aproximadamente

Número de jugadores: 1 jugador

Materiales: nada

Género: Juego de rol por turnos, JRPG (Japanese Rol Playing Game)

Cooperativo o Competitivo: Un sólo jugador

Temática: Fantasía, ciencia ficción

Mecánicas: La trama de Final Fantasy VII comienza en una ciudad ficticia llamada Midgar. Aquí Cloud, el protagonista, y un grupo de compañeros lucharán contra una corporación militar para librar a la ciudad de su tiranía. Final Fantasy VII plantea un sistema de combate por turnos, como las anteriores entregas de la saga, haciendo énfasis en el uso de las habilidades especiales de cada personaje. El juego no tarda en dejar al jugador un amplio mundo que explorar libremente, donde puede encontrar multitud de eventos, algunos opcionales, de gran interés.

Objetivo: Final Fantasy VII no plantea un objetivo como tal, sino que en su lugar sigue una trama guionizada.



NAME
Ex-SOLDIER

BARRIER



HP
302/ 302

MP
54

LIMIT

TIME



Fig 21. Final Fantasy VII (1997)



Fig 22. PIKUNIKU (2019)

PIKUNIKU

Tiempo: 3 horas de juego total, aproximadamente

Número de jugadores: 1 jugador

Materiales: nada

Género: Plataformas

Cooperativo o Competitivo: Un sólo jugador

Temática: Fantasía distópica

Mecánicas: Pikuniku es un juego de plataformas y puzzles basados en físicas que toma lugar en un mundo fantástico con toques de distopía corporativa. Pikuniku orienta al jugador con objetivos a corto plazo que sirven a un propósito mayor, de modo que el usuario recorre todas las pantallas en varios sentidos con el fin de completar la aventura. Para reforzar esta idea, también establece una serie de objetivos secundarios, los cuáles no son obligatorios para terminar el juego.

Objetivo: Pikuniku plantea objetivos a corto plazo durante todo el juego, como si de una cadena de misiones se tratase, que son de lo más variopintos.

2.2. Moodboard

Una vez concluido el análisis, se procedió a la elaboración de un moodboard para encontrar referencias visuales y temáticas que pudieran ser de utilidad para la elaboración del trabajo. En este tablón tuvieron gran protagonismo diversos entornos de las Islas Canarias, más concretamente, Tenerife, así como una variedad de obras de la ficción japonesa de la década de los años 90, principalmente videojuegos y series de animación o manga.



Fig 23. Moodboard

2.3. Propuestas iniciales y temática elegida

El siguiente paso en el desarrollo fue el siguiente paso en el desarrollo fue la elaboración de distintas propuestas para el juego, tanto a nivel de temática o trasfondo, como a nivel de jugabilidad. La elección de la temática en este caso, apenas afecta a las decisiones del diseño visual de juego, ya que, tan sólo establece un contexto para el desarrollo del juego. Por supuesto, dicho contexto está relacionado con toda la investigación realizada previamente sobre la situación turística de las islas, aunque enfocada desde un ángulo más cercano a la ficción, como si de una película se tratase. Por su parte, el sistema de juego también se diseña teniendo en cuenta la temática de la economía del turismo del archipiélago.

En primer lugar se decidió desarrollar el trasfondo del juego. Algunos de los juegos analizados anteriormente, como Final Fantasy VII o Pikuniku ejercieron una fuerte influencia en el desarrollo de dicha temática, ya que ambas obras tienen una lectura crítica hacia el capitalismo y como se prima el beneficio económico sobre la integridad de los entornos

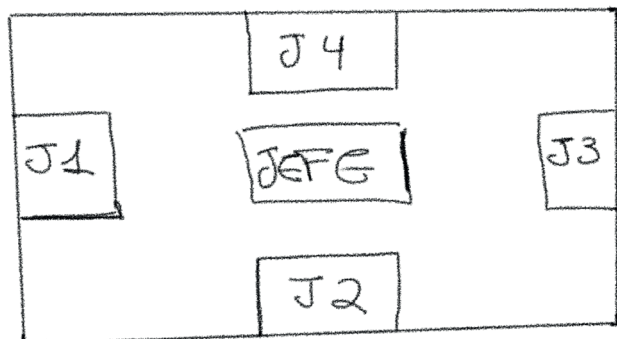
naturales. De este modo, la base para la ambientación del juego se acerca a la de un mundo ficticio con características de ciencia ficción y fantasía. Además, también se barajó la posibilidad de construir un trasfondo de fantasía medieval, al estilo del clásico juego Dragones y Mazmorras. Sin embargo, esta propuesta no prosperó, ya que la ambientación de ciencia ficción se consideró más apropiada para el mensaje que quería transmitirse.

Habiendo elegido esta base, era el momento de construir una pequeña historia que pusiese a los jugadores en situación de cara a empezar una partida. El tema principal a tener en cuenta era el devastador efecto de ciertas actividades económicas en diversos ecosistemas. Además, dado que dicha trama existe para crear un contexto, era preciso que no fuese demasiado profunda o complicada, con el objetivo de que la mayoría del público realice la lectura deseada de la misma.

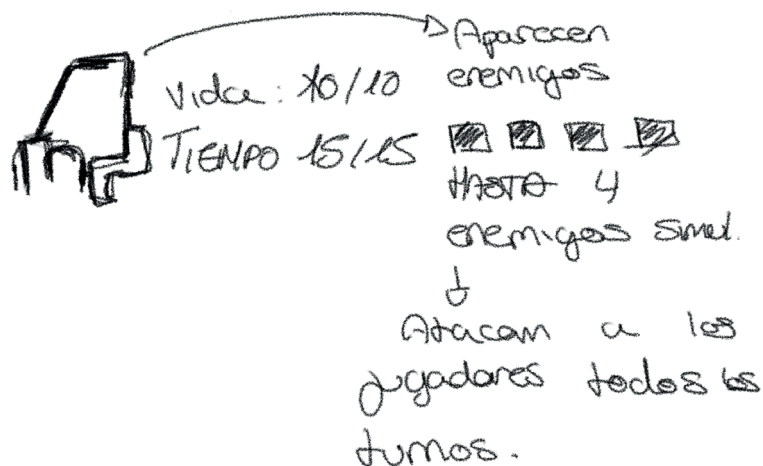
En este punto se empiezan a crear lo que serían las ideas o propuestas de las mecánicas y objetivos del juego. Es decir, se esbozaron distintos planteamientos de juego con el objetivo de llegar a una idea que

resultase factible de desarrollar y que además pudiese encajar con la temática elegida. En esta primera fase surgieron dos propuestas: la primera situaba la acción en una isla paradisíaca ficticia, en la cual una corporación irrumpía para extraer un valioso recurso natural autóctono. La extracción de dicho recurso daría una sentencia nefasta al futuro de la isla. En contraposición, los jugadores encarnan a una serie de personajes que se alzan para poner fin a esta situación y asegurar un futuro estable a dicho territorio. La segunda propuesta se situaba también en una pequeña población, también con una biodiversidad muy rica, en la que una gran corporación trata de ganarse la opinión pública y explotar los recursos naturales. En este caso, los jugadores representan un nuevo grupo político que le hará frente a la corporación. Para alzarse con la victoria, cada jugador debería trabajar en distintos sectores de interés social para ganarse el favor público.

"BOSS FIGHT CONTRARELOJ"



- ▽ ○ Objetivo # 1 (obligatorio)
- ▽ ○ Objetivo # 2 (opcional)



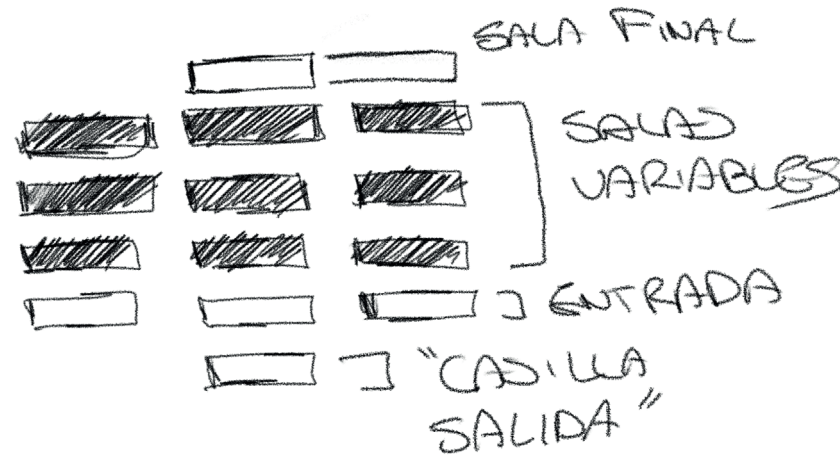
Propuesta 1: "Combate contra jefe contrarreloj"

Esta propuesta plantea un escenario para hasta 4 jugadores. Los 4 jugadores deben enfrentarse a un enemigo común, algo bastante similar a la clásica figura de jefe final propia de muchos videojuegos y juegos de mesa. Cada uno de los jugadores encarna a un personaje único, con una serie de características propias que definen su papel en la partida. Por otra parte, el propio juego o "jefe final" también tratará de defenderse, lanzando ataques contra los jugadores y llamando a las armas a súbditos de menor poder. Estos súbditos se clasifican en varios tipos, cada uno con sus singularidades. Además, en la última etapa de la partida, aparece un súbdito de mayor poder como último recurso para evitar la victoria de los jugadores. En cada turno, los jugadores eligen 2 acciones entre las 5 posibles. Esta decisión debe ser sopesada, ya que la partida se juega a contrarreloj, antes de que el jefe final complete su objetivo. Además, en cada ronda, se descubre un evento aleatorio que normalmente pone sobre la mesa un trato para todos los jugadores, ofreciendo un intercambio de recursos que podría suponer la diferencia entre ganar y perder. Estos

intercambios están planeados para ser perjudiciales para los jugadores a largo plazo, ya que normalmente se tratan de intercambios no equivalentes. Por último, como opción adicional de dificultad, se plantea la opción de añadir objetivos adicionales a cada jugador, necesarios para ganar.

Fig 24. Bocetos sobre propuesta de juego

"DUNGEON CRAWLER"

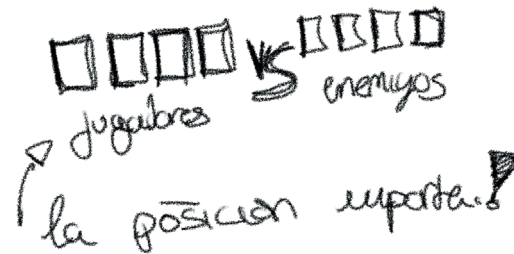


Victoria: Llegar a la sala final.

Derrota: Derrota de uno de los miembros.

Jugadores
- 4 acciones (1 por turno)

COMBATE

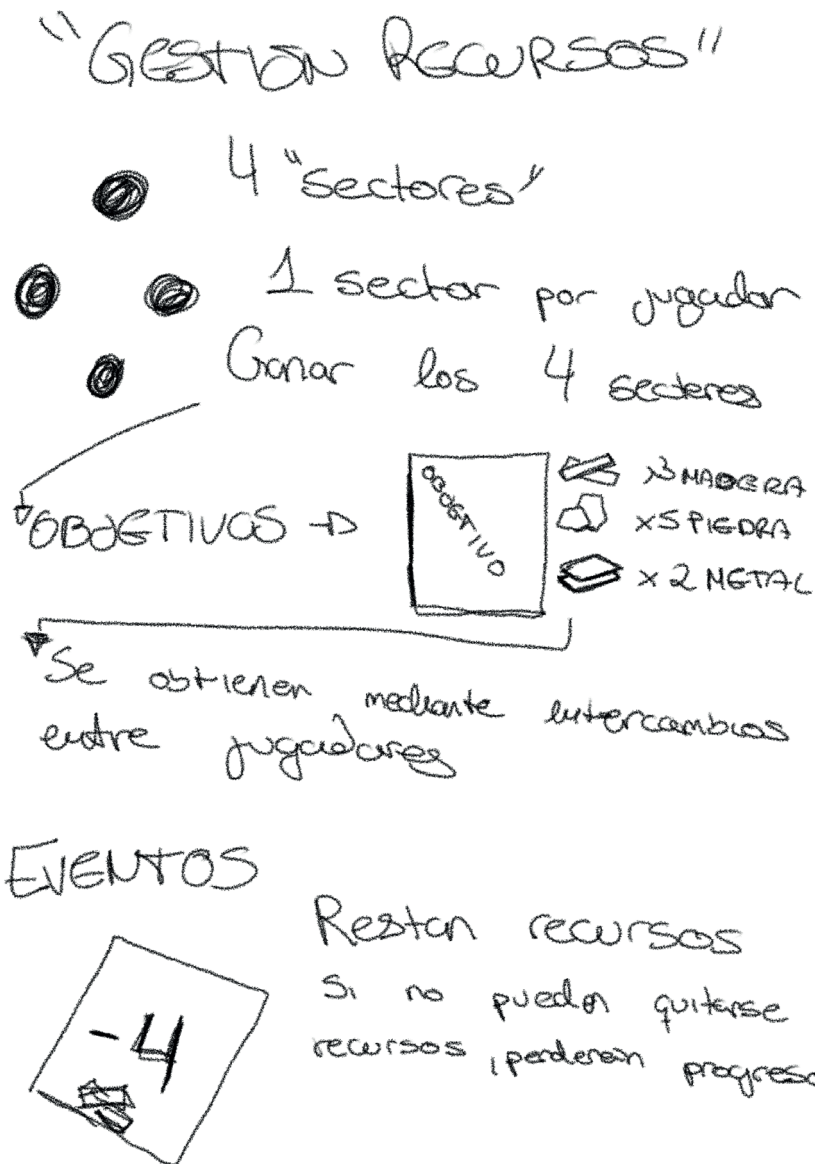


Propuesta 2: "Dungeon Crawler"

La segunda propuesta dista ligeramente de la anterior, y se acerca más a otros juegos de corte ameritrash como "Zombicide" e incluso "Tormenta Solar". En esta idea se plantean dos objetivos para alcanzar la victoria. El recorrer una "mazmorra", llegar a la última habitación y vencer a un enemigo final para alzarse con la victoria. Por otra parte, se plantean una serie de objetivos específicos para cada jugador que deben completar antes de terminar la partida. Estos objetivos específicos son opcionales, es decir, antes de empezar, los jugadores deciden si añadirse o no estos objetivos, y cuáles se marcan.

Según descubren habitaciones de la mazmorra, los jugadores se encuentran con diversos eventos, que pueden ser buenos o malos. Este tipo de eventos pueden ser combates. En los combates, los jugadores deben elegir una formación, y dependiendo del lugar en el que se coloquen pueden usar unas habilidades u otras, lo que incita a que se experimente con la posición que ocupe cada uno.

Fig 25. Bocetos sobre propuesta de juego



Propuesta 3: "Gestión de recursos"

Esta idea se aleja por completo de las dos anteriores en cuanto a ejecución. En lugar de desarrollarse a través de combates, esta propuesta de juego se basa en la gestión de recursos. Los jugadores deben ganarse "el favor popular" en varios sectores de interés público, como la gestión del sector agrícola, el comercio, etc.

Cada jugador afronta unos objetivos específicos, para los que debe reunir una serie de recursos. Los jugadores deben ayudarse entre sí y proveerse de los recursos necesarios para conseguir la victoria. Sin embargo, de manera ocasional, aparecen eventos que precisan que todos los jugadores se sumen para resolverlos. Estos eventos obligan a los participantes a consumir recursos, de modo que sean un bache en el camino hacia la victoria. Por otra parte, el propio juego también ofrece intercambio de recursos, pero nunca de manera equivalente. Esto permite aprovecharse de las situaciones de necesidad de los jugadores en momentos concretos para intentar provocar la derrota de los mismos.

Fig 26. Bocetos sobre propuesta de juego

"D. CRAWLER SIMPLE."

 MAZO "HABITACIONES." → Revelan un acerto


 MAZO "ENEMIGOS" → Revelan nº de enemigos

 MAZO "OBJETIVOS" → Revelan objetivos.

 CARTA "JFG Fwd"

 4 personajes

Cada personaje tiene un rol y unas habilidades.

 Jugador vs Enemigos

Propuesta 4: "Dungeon Crawler simplificado"

La cuarta y última propuesta se basa en la segunda, pero simplificando algunos sistemas, ya que los planteados anteriormente eran demasiado complejos y podrían extender la duración de la partida demasiado, lo que se opone con uno de los puntos especificados en el briefing, como se ve más adelante.

En esta variante se suprime el tablero, y se establecen varios mazos de robo, similar a lo que plantea Munchkin. Se plantean 4 mazos. El de habitaciones, el de objetivos, el de enemigos y el de "habitación final". Además, también hay 4 personajes con sus propias características. Se establecen combates que funcionan de una manera muy similar a los mencionados en la segunda propuesta. Se plantean por otra parte distintos tipos de enemigos, que fuerzan a los jugadores a afrontar las situaciones con distintas estrategias.

Al empezar la partida se sacan varias cartas del mazo de objetivos, definiendo las tareas que deben cumplir los jugadores para acabar la partida. El número de objetivos varía en función de la dificultad deseada.

Aquí se empieza la partida como tal. Se sacan cartas del mazo de habitaciones sucesivamente, y se resuelve lo que indique cada carta. Pudiendo ser combates, recursos u objetivos, entre otras cosas. Una vez se completan todos los objetivos, se elige una de las cartas de habitación final de manera aleatoria, y se resuelve. Si los jugadores superan lo que propone dicha carta, se gana la partida.

Además, también se propone una mecánica de "portavoz". Al principio de la partida, los jugadores eligen un portavoz, que será quién tome las decisiones. Dependerá del portavoz escuchar las opiniones del resto del grupo, aunque ha de tener en cuenta que es posible que no tener en cuenta al resto de jugadores, lo que podría conducirlos a la derrota.

Fig 27. Bocetos sobre propuesta de juego

2.4. Propuesta definitiva

Cuando se terminaron de definir las 4 propuestas de juego se evaluaron todos los pros y contras de cada opción con la intención de deducir cuál era la alternativa que mejor se adaptaría al resultado deseado. Las dos primeras quedaron descartadas prácticamente de inmediato, pues si bien eran interesantes, eran demasiado complejas y se alejaban de las características indicadas en el briefing (página 56), por lo que quedaba en las dos últimas ideas. Tras sopesar en profundidad cuál de las dos se adaptaría mejor, no solo al público, sino también al proyecto deseado, se optó por descartar la tercera opción: "Gestión de recursos". Aunque esta opción se ajustaba perfectamente a la temática, se dedujo que los jugadores podrían jugar de manera individualizada, chocando así con otro de los puntos clave del briefing. Por consiguiente, la opción restante, y por lo tanto, la idea a desarrollar en profundidad fue la cuarta: "Dungeon Crawler simplificado".

Descripción del juego

La historia del juego sitúa a los jugadores en una isla ficticia, perteneciente al archipiélago apartado del resto del mundo. En esta isla incurre una corporación, que despliega una serie de autómatas con el objetivo de extraer los recursos naturales de la isla. Esto pone en grave peligro el futuro del territorio, ya que podría llevar a desestabilizar el ecosistema y hacer del lugar un yermo inhabitable.

Los jugadores deben adentrarse en el centro de mando de los autómatas con el fin de cesar la invasiva actividad de la corporación.

3. Fase de diseño

3.1. Naming

El naming es algo imprescindible en todo proyecto, ya que es una de las piezas claves en la creación de una identidad. Por esto, la elección del nombre debe ser algo meditado, que represente bien los valores de la marca y que sea fácilmente memorable.

Para conseguir un nombre adecuado para el proyecto, una vez ya se tenía definida la temática, modo de juego, perfil de los jugadores y otros datos clave que se ven reflejados en el briefing (página 58), se empezó la fase de ideación del nombre mediante una lluvia de ideas, extrayendo palabras clave para posteriormente desarrollar más ideas. En este caso, se decidió que el nombre del juego debía tener una relación directa con la narrativa que se plantea en el mismo.

Puesto que dicha isla está definida como un paraíso natural, se hizo una investigación acerca de algunos nombres que representasen, como Eden, Gaia o Venus. Sin embargo, estos eran nombres demasiado genéricos, por lo que no podían ser el único componente que crease la identidad.

Debido a que en la narrativa inventada para el juego se habla de

un archipiélago, se pensó en crear una marca madre, que a su vez pudiese englobar varios productos con su propia marca, siendo este juego uno de esos productos. En este caso, encontrar un nombre fue fácil. Tal y como se mencionó antes, el archipiélago ficticio donde toma lugar la historia está apartado del resto de territorios del planeta, por lo que el nombre elegido para este, y por lo tanto para la marca, fue “Exo”, el prefijo griego que significa “fuera” o “exterior”. Además, es una palabra de tan solo tres letras, fácil de recordar por un público amplio, que no debe por qué hablar español. Cabe destacar que no está registrado en la Oficina de Patentes y Marcas. Por otra parte, el nombre “Exo” no está disponible en la mayoría de redes, pues en algunos casos ya está en uso, y en otros resulta ser demasiado corto. Por lo tanto, como nombre para redes y web se propone “Exocosmo”, haciendo alusión a que todo lo que lleva la palabra “Exo” pertenece a un mismo grupo, pues el prefijo “cosmo” proviene del griego, y significa “orden” o “totalidad”.

Tras varias pruebas con los nombres mencionados anteriormente, el nombre definitivo fue “Exo Venus-01”. Exo como marca madre, y Venus-01 como representación de la isla y

las instalaciones en las que han de adentrarse los jugadores. En el caso de otros juegos, se mantendría la palabra “Exo”, mientras que el subtítulo cambiaría. Como propuestas de nombres para juegos alternativos se pensó en “Exo Kronos” y “Exo DAC”, siendo este último un acrónimo de “Defensores de Astro City”. Estos dos juegos se situarían en otros lugares del archipiélago inventado para la historia de los juegos. Los nombres hacen alusión a dichos lugares.

En etapas de desarrollo posteriores, se decidió modificar el nombre de EXO Venus-01, pasando a ser EXO Venus, pues la combinación de los dos nombres tiene la pregnancia necesaria y resulta más sencilla y fácil de recordar.

3.2. Briefing

A continuación se expone un briefing realizado en orden de establecer unas directrices que ayuden al correcto desarrollo del trabajo.

Datos del proyecto:

Desarrollo de un juego de mesa, dando el mismo nivel de importancia a la parte gráfica que a la parte jugable.

Estrechamente relacionado con la actual situación medioambiental y turística de las Islas Canarias.

El nombre del juego debe estar relacionado con la temática del juego y ser adecuado para el público objetivo.

El juego debe fomentar la cooperación y castigar las acciones de carácter individualista.

Debe incluir algún sistema de intercambio de recursos jugador-juego, el cuál siempre resultará perjudicial para el jugador a largo plazo, como alegoría del sistema capitalista y la cultura de la inmediatez.

Descripción del juego / características:

Se busca diseñar un juego de un grado de complejidad medio, de modo que sea accesible para aquellos jugadores sin experiencia, pero que también sea disfrutable por los jugadores más experimentados.

El número de jugadores ideal será de 4, ya que de esta manera todos los elementos diseñados entran en juego, aunque el mínimo de jugadores será 2.

Las partidas tendrán una duración aproximada de 30 minutos.

Los objetos utilizados para el juego serán cartas y dados. De este modo, se mantendrá una jugabilidad sencilla y se abaratarán costes de producción.

El precio estimado del juego será de 20 euros, que es el precio que rondan muchos juegos que usan los objetos o piezas y materiales anteriormente mencionados.

Público objetivo:

Principalmente, se busca llegar a un público joven, que haya tenido contacto con otros juegos de mesa.

También se valora que sean residentes en las islas o en cualquier otra parte del mundo en la que se sucedan hechos similares a los que visualizan en este juego, ya que así, el mensaje intencionado podría tener más fuerza.

En segundo lugar, se busca llegar a las personas que sean turistas y visiten cualquier tipo de territorio para crear concienciación en ellos e intentar desmitificar la imagen que se trata de vender.

De igual manera, también se trata de llegar a un público más generalizado.

Competencia directa/indirecta:

En este sector existe bastante competencia, ya que a día de hoy se publican una amplia cantidad de juegos de mesa, en gran medida gracias a sistemas de mecenazgo o financiación como Patreon o Kickstarter.

Se podría calificar como buenos competidores a todos aquellos juegos cuyas mecánicas resulten sencillas e interesantes al mismo tiempo, y por lo tanto sean un éxito en el público general.

Spirit Island podría definirse como una de las competencias más directas, al tratar temas como el anticapitalismo y el anticolonialismo.

Medios de promoción

Se plantea la creación de un proyecto en alguna plataforma de micromecenazgo como Kickstarter, una de las más populares en este medio.

También se propone el diseño de una página web, donde se exponga toda la información de interés referente al proyecto, así como la información de contacto y enlaces a perfiles de redes sociales.

Como consecuencia de lo anteriormente expuesto, se baraja la creación de perfiles en redes sociales (Twitter, Instagram, TikTok, Discord, etc.), ya que resultan un medio de difusión bastante útil a la par que económico.

Por último, se propone la creación de material promocional impreso, como pósters, flyers, etc., que podrían repartirse en diversos comercios o encuentros dedicados a este sector.

Estrategias de diseño

Uno de los principales atractivos del juego será su apartado visual. Se tratará de llamar la atención de potenciales clientes a través de una cuidada línea estética.

Por otra parte, se pretende crear un juego relativamente simple, de modo que sea fácil de entender, pero con una dificultad adaptativa, para que no resulte demasiado fácil o demasiado difícil, y así cada jugador pueda encontrar la manera de jugar que mejor se le adapte.

Por último, se tratará de transmitir la información de la manera más universal e intuitiva posible, haciendo que el juego sea más fácil de entender aunque no se domine el idioma en el que esté publicado.

3.3. Ficha de juego

Exo Venus

Tiempo: 20 minutos por partida, aproximadamente

Número de jugadores: de 2 a 4 jugadores

Materiales: Cartas y dados.

Género: Dungeon Crawler

Cooperativo o Competitivo: Cooperativo

Temática: Fantasía, ciencia ficción

Mecánicas: Las mecánicas de EXO Venus se centran principalmente en el combate y en la toma de decisiones. El juego pone a los jugadores en la piel de 4 personajes que se adentran en unas instalaciones para detener a unos autómatas. Al principio de la partida se roban cartas del mazo de objetivos. El número de objetivos a robar será elegido por los jugadores, determinando así la dificultad de cada partida. Una vez definidos los objetivos, dará comienzo la partida. Los jugadores destaparán cartas del mazo de

instalaciones para avanzar. Cada carta descubierta dará lugar a varios eventos, como combates, encontrar objetos clave, trampas o trueques. A la hora de combatir, los jugadores deberán elegir una formación, que determinará las acciones que podrán llevar a cabo y quienes serán los objetivos de los ataques enemigos. Los jugadores también podrán hacer ciertos trueques de manera eventual, intercambiando objetos clave que puedan no necesitar por recursos (p.ej: botiquines para curar sus heridas.) Cuando los jugadores consigan todos los objetos indicados en las cartas de objetivo, dará lugar la batalla contra el jefe final como último obstáculo.

Objetivo: El objetivo de EXO Venus es conseguir una serie de objetos y posteriormente derrotar al jefe final. Si alguno de los jugadores alcanza el límite de heridas, supondrá la derrota del grupo.

El objetivo con el diseño de este bucle jugable es el de hacer un juego accesible para jugadores sin demasiada experiencia, pero que a la vez pueda resultar interesante para jugadores más veteranos. Es por esto que no se establece una dificultad fija para el juego, sino que los jugadores pueden elegirla para adaptar lo máximo posible la experiencia a su gusto. Por otra parte, se también se pretendía dar importancia a la toma de decisiones y la comunicación entre los jugadores, por eso se utilizó el sistema de posicionamiento en los combates y el de trueque o intercambios. El sistema de trueque obliga a los jugadores a tener en cuenta los objetivos que han reunido y los que necesitan para saber si pueden correr el riesgo de realizar los trueques, ya que en ocasiones, ofrecerán recursos muy útiles para la partida.

3.4. Instrucciones de juego

Como resultado de varias inspiraciones e ideas propias, se creó lo que sería el reglamento del juego, mezclando elementos de cooperación, combate y cooperación. También se ha consultado que apartados suelen incluir los reglamentos de otros juegos. A continuación se especifican las instrucciones de juego.

Exo Venus llevará a los jugadores a una remota isla llamada Venus invadida por una legión de autómatas que amenazan con destruir la integridad del territorio. Disfruta de una experiencia dungeon crawler simplificada en la que la planificación y la comunicación juegan un papel protagonista. Este juego incluye 146 cartas, un dado y unas instrucciones de juego.

Preparación

Separa las cartas en distintos mazos prestando atención a los dorsos. En total, las cartas se dividen en el mazo de instalaciones, el mazo de autómatas, el mazo de misiones y el mazo de objetivos, el mazo de jefes finales y las cartas de herida. A continuación, cada jugador elegirá uno de los personajes, cuyas cartas tendrán el dorso de un color

característico. Por último, elige una de las cartas de jefe final de manera aleatoria y guarda las restantes en la caja.

Ahora, destapa cartas del mazo de misiones para determinar las condiciones de victoria de la partida. Puedes sacar el número de cartas que consideres necesario en función de la dificultad que quieras aplicar al juego. Aquí tienes una pequeña guía:

- Fácil: 5 cartas de objetivo, 2 cartas de misión.
- Intermedia: 6 cartas de objetivo, 4 de misión.
- Difícil: 7 cartas de objetivo, 6 de misión.

**Estos son ajustes recomendados, puedes adaptar la dificultad como consideres.*

Una vez especificados los objetivos a cumplir en la partida, busca las cartas correspondientes en el mazo de objetivos y añade tantas cartas como sean necesarias de manera aleatoria. Puedes guardar las cartas restantes en la caja.

Cómo jugar

El jugador inicial será aquel que haya pasado más tiempo sin usar el teléfono móvil.

En su turno, cada jugador destapará una carta del mazo de instalaciones y se resolverá lo que indique dicha carta. Estas opciones pueden ser:

- Combate: Las cartas que dan paso a un combate indican el número de cartas del mazo de autómatas que se robarán para dar pie al combate.
- Trampa: Las cartas de trampa causarán un efecto negativo al jugador que la destape.
- Objetivo: Cuando aparezca esta carta, los jugadores robarán la carta de la parte superior del mazo de objetivos.
- Terminal de intercambio: Estos eventos ofrecerán intercambios a los jugadores.

Al destapar la carta y resolver su texto, el turno terminará y pasará al jugador de la izquierda. Si un jugador obtiene un objeto mediante intercambio en su turno, puede elegir usarlo en ese momento.

Combate

Al iniciar un combate, los jugadores colocarán sus cartas de personaje en el centro de la mesa, frente a las cartas de los autómatas. Los jugadores podrán elegir su posición en el combate. La colocación de los autómatas será de izquierda a derecha, colocando a la izquierda el primero en ser revelado. El orden para actuar será de derecha a izquierda, es decir, el primer jugador en actuar será aquel cuya carta esté más cerca de los autómatas. Cuando juegue el cuarto jugador será el turno de los autómatas. Cada jugador podrá hacer una acción en cada turno a elegir entre:

- Movimiento básico (especificado en la carta de personaje)
- Una de sus habilidades. Al usar una carta de habilidad esta se dejará sobre la mesa, y se podrá recuperar tras hacer otra acción.
- Cambiar su posición con la de un jugador adyacente. No es necesario que ambos jugadores estén de acuerdo para llevar a cabo esta acción.

En el turno de los autómatas, se tirará el dado y se resolverá el turno en función de lo que especifique cada carta. El orden de actuación de los autómatas será de izquierda a derecha. Para terminar con los autómatas, estos deberán acumular tantas cartas de herida como indiquen sus cartas. Si los jugadores acumulan el número de heridas indicado en su carta de personaje, supondrá la derrota.

Una vez terminando el combate, uno de los jugadores podrá quitarse hasta 2 heridas si fuera necesario.

Trampas

Cuando los jugadores encuentren una trampa, estas causarán efectos adversos en los jugadores, como acumulaciones de heridas, por ejemplo. Si un jugador llega al límite de heridas por una trampa, supondrá el fin de la partida.

Objetivos y jefe final

Eventualmente, los jugadores podrán robar cartas del mazo de objetivos, lo cual será crucial para obtener la victoria. Una vez lo encuentren, los jugadores conservarán las cartas de objetivo, y cuando logren reunir todas, activarán el evento de jefe final, y así empezará un combate contra el

mencionado adversario, el cuál fue elegido al principio de la partida de manera aleatoria.

Cada jefe final tiene sus propias características específicas, indicadas en cada una de las cartas. Cuando los jugadores logren superar esta batalla, se conseguirá la victoria del juego.

En el transcurso de la partida, los jugadores podrían encontrar cartas de objetivos que no son necesarias para la victoria, pero deberán conservarlas, ya que podrían ser de utilidad para los intercambios.

Intercambios

Otra de las cartas que pueden encontrar los jugadores en su partida son los terminales de intercambio.

Estos ofrecerán objetos que podrán curar las heridas de uno de los personajes, evitar combates o evitar trampas a cambio de objetos clave.

Los objetos clave que se entreguen en intercambio no podrán recuperarse de ninguna manera, así que se recomienda sopesar la decisión de realizar o no un intercambio.

Personajes

Akira, la Ingeniera

Nombre: Suzuki, Akira

Género: Femenino

Edad: 24

Altura: 1,68m

Akira Suzuki llegó a Venus cuando era una niña desde tierras lejanas.

Desde una edad muy temprana mostró interés por la mecánica y las máquinas. Desde entonces ha estudiado el funcionamiento y como fabricar otras nuevas, priorizando minimizar el impacto que estas tienen sobre la isla. Su dedicación la ha llevado a convertirse en la ingeniera más relevante del territorio con tan solo 24 años.

Matilda, la Líder

Nombre: García, Matilda

Género: Femenino

Edad: 33

Altura: 1,96m

Matilda nació y creció en una Venus libre de visitantes con intenciones nocivas. Poco a poco pudo ver como su hogar era explotado por extraños visitantes que se llevaban todo lo bueno de su tierra para dejar los restos. En la actualidad, resulta ser una de las principales figuras de la resistencia y una de las más inspiradoras para los habitantes de Venus.

Viktor, el Doctor

Nombre: Lazarev, Viktor

Género: Masculino

Edad: 28

Altura: 1,79m

Lazarev se labró una carrera como doctor en un lejano continente. Tras varios años ejerciendo como doctor en un pequeño pueblo, Viktor decidió ejercer como voluntario en zonas que atravesaban conflictos, lo que lo llevó hasta la isla de Venus. Desde el primer momento, Viktor mostró su apoyo a los habitantes de la isla, llegando a estar al frente del conflicto.

Joel, le espía.

Nombre: ???, Joel.

Género: No binario

Edad: ???

Altura: 1,74m

Poco o nada se sabe del pasado de Joel, tan solo que recibió este nombre como "herencia" de la persona que le crió. A día de hoy se le conoce como una sombra que actúa en favor de Venus, intentando frenar el inexorable avance de MEDUSA.

Preguntas frecuentes

¿Se pueden acumular las habilidades Granada de humo y Barrera en un solo personaje?

Sí, pero ambas serán consumidas con un único ataque.

¿Qué ocurre si se agota el mazo de instalaciones?

Si el mazo de instalaciones se agota, y el grupo no ha reunido todos los objetivos necesarios, perderán la partida. Por el contrario, si consiguen el último objetivo con la última carta, podrán acceder al combate de jefe final.

¿Puede utilizarse un objeto para evitar combates con el evento de jefe final?

No, el combate de jefe final es un evento obligatorio para ganar la partida, por lo tanto no se permite el uso de objetos para evitar este combate.

¿Cómo se procede en la toma de decisiones con respecto a los trueques o el uso de objetos?

Los miembros del grupo podrán debatir y comunicar lo que crean más óptimo, pero la última palabra, y por tanto la decisión final, será siempre del jugador que esté jugando su turno.

3.6.Desarrollo de la identidad corporativa.

Al empezar a desarrollar la identidad visual era importante tener en cuenta de que habría que desarrollar dos elementos independientes, pero que pudiesen funcionar bien entre sí. Por una parte, hubo que crear la identidad del grupo de juegos “EXO”. Esta sería la parte más importante, ya que es la marca principal. Por otra parte, habría que desarrollar un conjunto identificador para el subtítulo “Venus-01”.

Al empezar a desarrollar la marca “EXO” se llevaron a cabo dos procedimientos. El primero, definir que es “EXO” como marca global, es decir, determinar lo simboliza y lo que conlleva a nivel conceptual. El segundo fue una lluvia de ideas que ayudaran a identificar conceptos clave que permitiesen diseñar ideas interesantes y coherentes.

En el proceso de ideación, en el imaginario de los juegos “EXO” se plantea la existencia de un archipiélago que se sitúa en un lugar muy alejado del resto de la sociedad, en el que toman lugar los distintos juegos de la marca, siendo “VENUS-01” uno de ellos. Además, en todos ellos

se plantearía una amenaza que viene del exterior, intentando siempre tener una perspectiva con un mensaje crítico sobre ciertos temas de nuestra sociedad actual. Por consiguiente, algunas de las palabras claves que se extrajeron de este proceso de brainstorming fueron: amenaza, lucha, resistencia, invasión y aislamiento.

Con estas ideas, se empezaron a bocetar varias ideas, aunque ninguna de ellas resultaba lo suficientemente convincente para desarrollarla más en profundidad. Ante la dificultad afrontada durante el desarrollo de esta parte del trabajo, se decidió buscar más referencias para intentar encontrar alguna idea que pudiese desarrollarse y evolucionar en algo interesante.

Durante esta búsqueda, resultó notablemente llamativa la solución que plantea la saga de videojuegos “The Legend of Zelda”. A lo largo de los años, esta franquicia de videojuegos ha lanzado más de una decena de títulos, y desde hace ya más de 20 años desarrollan la identidad de los juegos de la misma manera. El título principal (The Legend Of Zelda) siempre se presenta con la misma tipografía y el mismo color (a excepción de algunos casos, como

las entregas más recientes de 2017 y 2023), mientras que el subtítulo utiliza una tipografía y un tratamiento único en cada entrega, siendo el elemento diferenciador. Además, como elemento complementario, cada uno de los conjuntos también cuenta con un icono o ilustración que representa un elemento propio de cada juego. Así pues, se decidió utilizar una técnica similar en el desarrollo de la identidad.

Tras bocetar una multitud de ideas más, se llegó a una propuesta adecuada que sería la definitiva y que se desarrollaría más en profundidad posteriormente. Esta idea consistía en la palabra “EXO”, en una tipografía de palo seco, concretamente DM Sans, en su variante Bold, contenida en una forma redondeada, que era atravesada por una línea de lado a lado. Esta idea siguió evolucionando, hasta el punto en el que se le restaron elementos que se consideraron excesivos,

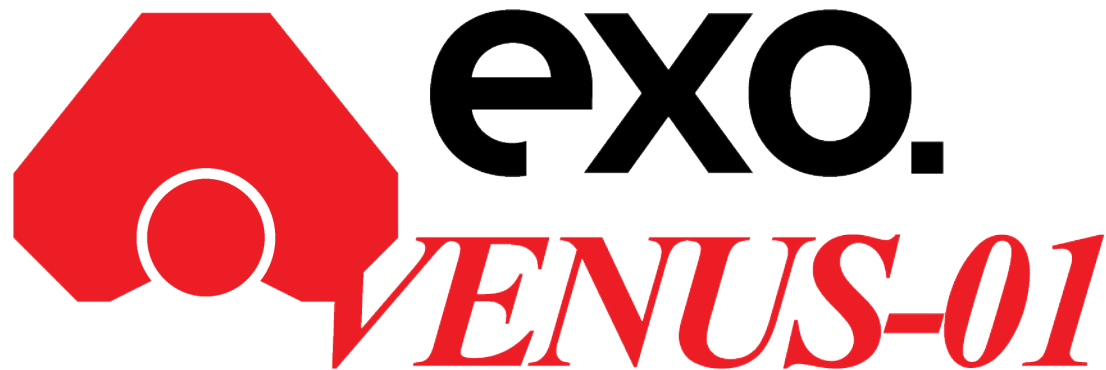
quedándose en un logotipo, con una serie de alteraciones en la tipografía.

Por otra parte, se procedió a desarrollar la parte referente al subtítulo del juego. Como símbolo principal se eligió la cabeza de los enemigos robóticos diseñados para el juego. Por su parte, se optó para una tipografía con serifa. Se plantearon diferentes alternativas para la disposición de los dos elementos mencionados anteriormente. Tras varias pruebas, se optó por una disposición en la que los dos elementos quedan unidos en una sola forma.

Al tener las dos partes desarrolladas, se procedió a combinar para crear el conjunto identificador final.



Fig 28. Primera idea para la marca de empresa



Las tipografías elegidas fueron DM Sans como tipografía de palo seco y Times New Roman como tipografía con serifa. Se eligieron estas dos dado que el contraste conseguido entre ambas se consideró adecuado. La tipografía DM Sans tiene un grosor considerable en su variable bold, lo que resulta ideal para transmitir la idea de resistencia o rebelión, ya es una característica común con otras tipografías asociadas a esa idea, como por ejemplo, algunas fuentes utilizadas en cartelería soviética.

En cuanto a los colores, se utilizaron los colores negro y rojo. El color negro se utilizó para el título, mientras que el tono rojo se utilizó para el subtítulo. Se eligió el color rojo para representar la idea de amenaza o invasión que está presente en el juego. Concretamente el Pantone P-52-8 C.

Fig 29. Segunda versión del conjunto visual identificador



Por último, para comprobar la viabilidad de la marca, se esbozaron dos propuestas de identidad de otros dos juegos de la misma marca. En el desarrollo de estos se siguió el mismo estilo usado anteriormente. Se utiliza una ilustración acompañada del subtítulo del juego. Las ilustraciones siguen el estilo vectorial de aspecto anguloso, utilizando una sola tinta, tanto en el símbolo como en el texto.

Fig 30. Propuestas de identidad para otros juegos de Exo



Fig 31. Comparativa de conjuntos de IVC



Fig 32. Versión preliminar del conjunto de IVC

Fig 33. Versión definitiva del conjunto de IVC

Con el cambio en el naming, también se consideró mejorar la IVC. Si bien las ideas construidas hasta el momento tenían buena base, aún les faltaba maduración. Para ello, se reconstruyó la identidad visual, haciendo un mejor uso de la retícula de composición y diseñando todos los elementos en consonancia con la misma. De este modo, todas las piezas del conjunto respetan la idea original, pero con unas proporciones más equilibradas.

Uno de los cambios más notables es que ahora el símbolo y el subtítulo del juego no están unidos, sino que son dos piezas separadas. Esto resulta en una mejor legibilidad, así como en el uso del icono por separado como versión reducida de la identidad que resulta ideal para algunas aplicaciones como el favicon de la página web.

Este cambio va estrechamente ligado a la decisión de realizar diseños de identidad más flexibles, es decir, al contrario que en las anteriores ideas, que todas seguían la misma estructura, en este caso se plantea variar posiciones y dimensiones de los elementos identificadores de cada juego, respetando únicamente las dimensiones de la palabra "EXO" en cada caso.

Gracias a este planteamiento, cada juego tiene una identidad marcada y diferenciada del resto, pero sin perder la coherencia y familiaridad deseada.

Como se mencionó anteriormente, "EXO Venus-01" pasó a denominarse "EXO Venus". Además, se hicieron algunos ajustes de kerning en la palabra "Venus". Por otra parte, el icono se construyó de nuevo, respetando la forma pero cambiando las proporciones y los espacios.

Uno de los cambios más notables se observa en la forma circular de la parte central. Anteriormente estaba delimitado por un fino contorno, lo que podía conllevar dificultades en tamaños reducidos. Este contorno se ensanchó considerablemente para evitar las complicaciones anteriormente citadas.

En primer lugar se planteó una estructura que alineaba el texto a la derecha, pero esta disposición perdía equilibrio al añadir el icono. Para solventar, se optó por utilizar una disposición piramidal. (Figuras 32 y 33).

3.7. Diseño de personajes

En el proceso de diseño, se tomó la decisión de dar mucha importancia al apartado de las ilustraciones, por lo que desde etapas de desarrollo muy tempranas empezaron a realizarse los primeros bocetos de los personajes protagonistas del juego. Todos estos tienen un estilo claramente influenciado por el manga y el anime, pues algunos de los referentes en las primeras fases de ideación son obras de los mencionados géneros.

Otro de los puntos a desarrollar era la de crear aspectos diferenciados a los personajes. La intención con los diseños de los mismos era la de hacerlos físicamente distintos entre sí, para que no pudieran confundirse fácilmente. Para ello, se dibujaron los personajes teniendo en cuenta sus habilidades y personalidad, que se materializaron en distintos aspectos pensando siempre en su complexión, altura, peinado, etc. Por último, las vestimentas de los personajes también jugarían un papel protagonista en el diseño. Todos los personajes tienen un tipo de vestimenta propia, que ayuda a construir el arquetipo de cada uno de ellos. Como elemento adicional, se le asignó un color característico y una paleta a cada

personaje, como símbolo de identidad que ayude a diferenciarlos.

Los personajes antagonistas se diseñaron siguiendo la idea de encontrar un elemento común entre todos los enemigos, que ayudase a relacionarlos e identificarlos. Para esto, se decidió que estos enemigos tendrían un aspecto robótico, ya que ayuda a justificar la similitud entre ellos. Tras bocetar varias ideas, se dió con un diseño que asemeja la cabeza de las máquinas a la forma de una medusa, en cierta manera. Este elemento se utilizó como punto de partida para el diseño de todos los personajes antagonistas. Desde ahí, cada personaje contaría con un diseño de cuerpo distinto al de los demás, que cambiarían el tamaño del cuerpo, la forma, el número de extremidades, etc. Además, en esta etapa también se diseñaron los enemigos que serían los jefes finales. Estos debían diferenciarse de los enemigos comunes, por lo que los cambios que se llevaron a cabo en los diseños fueron más llamativos que los anteriores. En el esquema de colores, se utilizó la misma paleta para cada uno de los personajes, lo que ayuda a dar cohesión al diseño de estos.

Todos los bocetos fueron realizados en papel, para su posterior digitalización. Durante este proceso, se eligió una técnica de acuarela para el coloreado en su versión digital, utilizando distintas concentraciones de cada color para crear una sensación de volumen a través de la valoración tonal, dejando sin colorear las zonas que más iluminadas deberían estar. Este estilo de coloreado tiene una fuerte inspiración en el trabajo del ilustrador japonés Ken Sugimori para los primeros videojuegos de Pokémon.

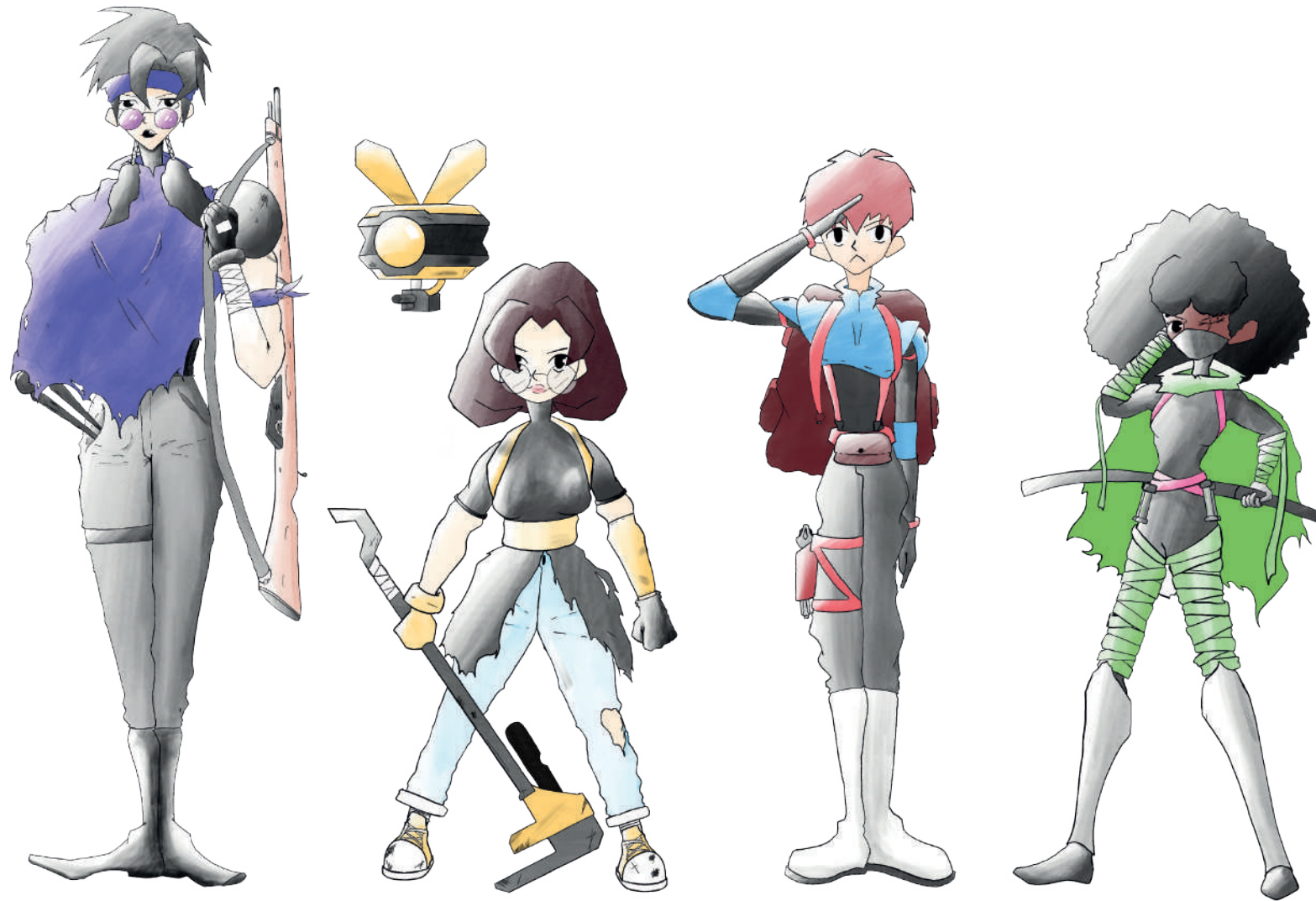


Fig 34. Hoja de personajes

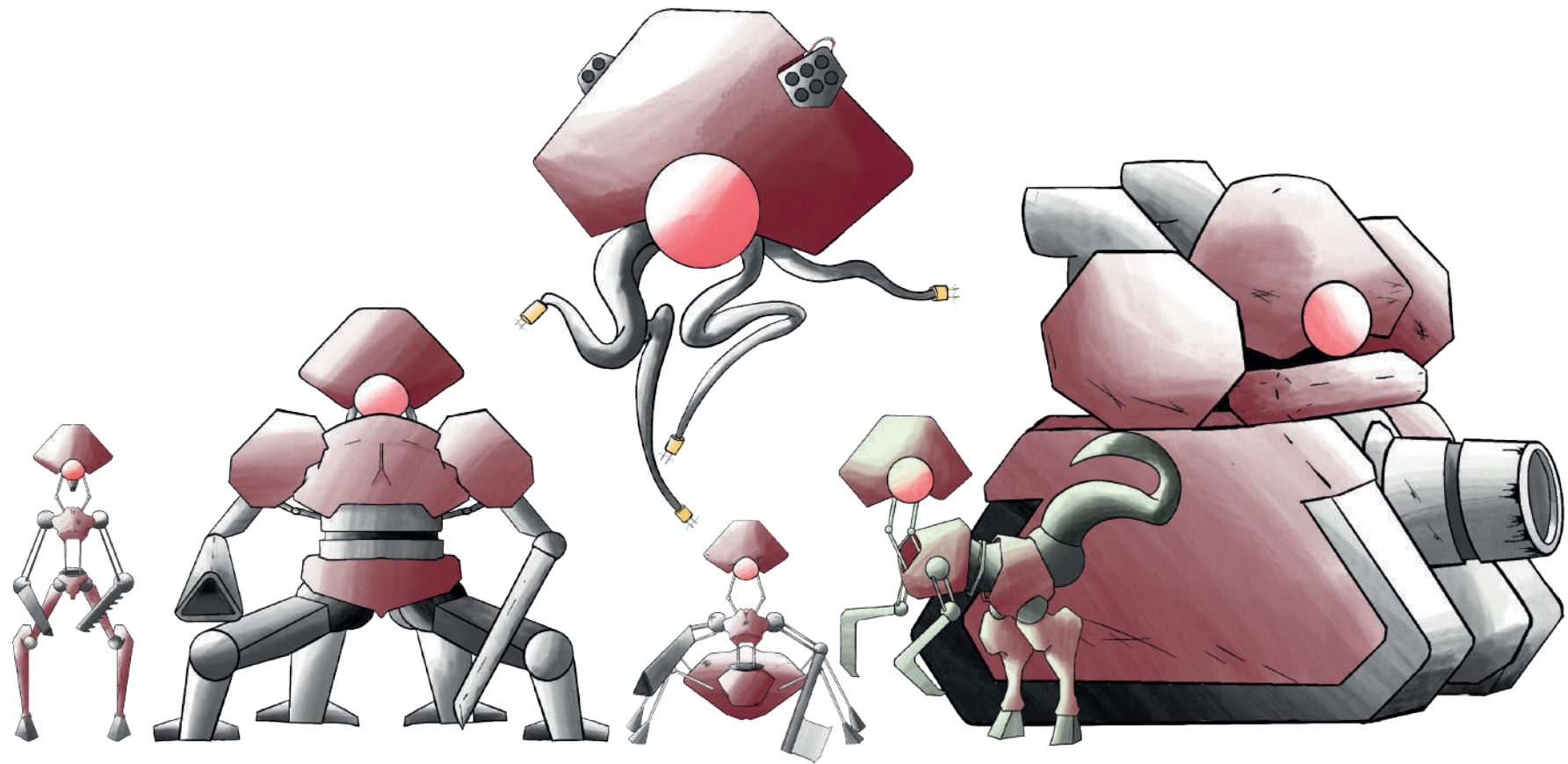


Fig 34. Hoja de personajes (antagonistas)

3.8. Diseño de elementos de juego

Una de las partes centrales e imprescindibles de este proyecto es la de diseñar los elementos físicos que compondrán el juego, en este caso, las cartas y el reglamento o instrucciones de juego.

En lo que respecta a las cartas, era necesario diseñar un total de 10 mazos: el mazo de autómatas, el de instalaciones, el de misiones, el de objetivos, el de jefes finales, el de heridas y los mazos de cada personaje, que son 4 en total. Antes de empezar a diseñar las cartas, se observó y estudió el diseño de las cartas de Munchkin, dado que este juego funciona de manera muy similar al que se diseña en este proyecto, por lo tanto se consideró que sería enriquecedor observar que códigos utilizan las cartas de Munchkin.

Los dos primeros mazos en ser diseñados fueron el mazo de autómatas y el mazo de instalaciones. Ya que estos dos mazos funcionan de manera conjunta, se diseñaron de manera complementaria. En el caso del mazo de autómatas, se utilizó el símbolo que aparece en el conjunto visual. Se utilizó el mismo color para el símbolo,



Fig 35. Dorsos de cartas

y el para el fondo se utilizó un tono de gris, concretamente el PANTONE P-179-15 C. Finalmente, se añadió un contorno blanco en los límites de la carta. Además, para el mazo de jefes finales se utilizó el mismo dorso, pero en lugar de el fondo gris se utilizó un fondo blanco. Por su parte, los dorsos del mazo de instalaciones usaron los mismos colores pero a la inversa, es decir, el fondo rojo con el símbolo en gris, que en este caso fue una puerta, como símbolo de avance en la partida, cada carta "abre una puerta".

Los siguientes dorsos en ser diseñados fueron los del mazo de misiones y el mazo de objetivos. Se utilizó el mismo esquema de colores para ambos, pero en lugar de utilizar el rojo se optó por un tono amarillo, concretamente el PANTONE P 10-7 C. Se utilizó este color debido a que en multitud de juegos de mesa y videojuegos se asocia a los objetivos que los jugadores deben seguir. Los símbolos utilizados para los dorsos fueron una llave para el mazo de objetivos y una brújula para el mazo de misiones.



Fig 36. Dorsos de cartas

A continuación, se procedió a diseñar los dorsos para los mazos de personaje. La primera idea para estos fue la de diseñar un símbolo propio para cada personaje y colocarlos en el dorso, pero fue una idea descartada tras realizar varios dibujos ya que algunos dibujos no eran del todo reconocibles con el relleno de un solo color. Como alternativa, se utilizó el símbolo utilizado anteriormente para los dorsos de autómatas y jefe final, con relleno gris. Por su parte, para los fondos se utilizaron los colores de cada personaje. Fueron los siguientes:

- Amarillo: PANTONE P 10-7 C
- Azul: PANTONE P 106-6 C
- Verde: PANTONE P 154-8 C
- Violeta: PANTONE P 96-15 C

Por último se diseñaron los dorsos del mazo de heridas. En este caso, las dos caras de la carta son iguales, ya que el único propósito de estas cartas es el de contabilizar los puntos de impacto que acumula cada personaje. El símbolo utilizado en este caso fue una X. Se hicieron 3 variantes, de 1 herida, de 5 y de 10, con el propósito de no acumular demasiadas cartas sobre un personaje.

Finalmente, a todos los dorsos se les aplicó una textura de desgaste o manchas para ayudar a construir la estética del juego.

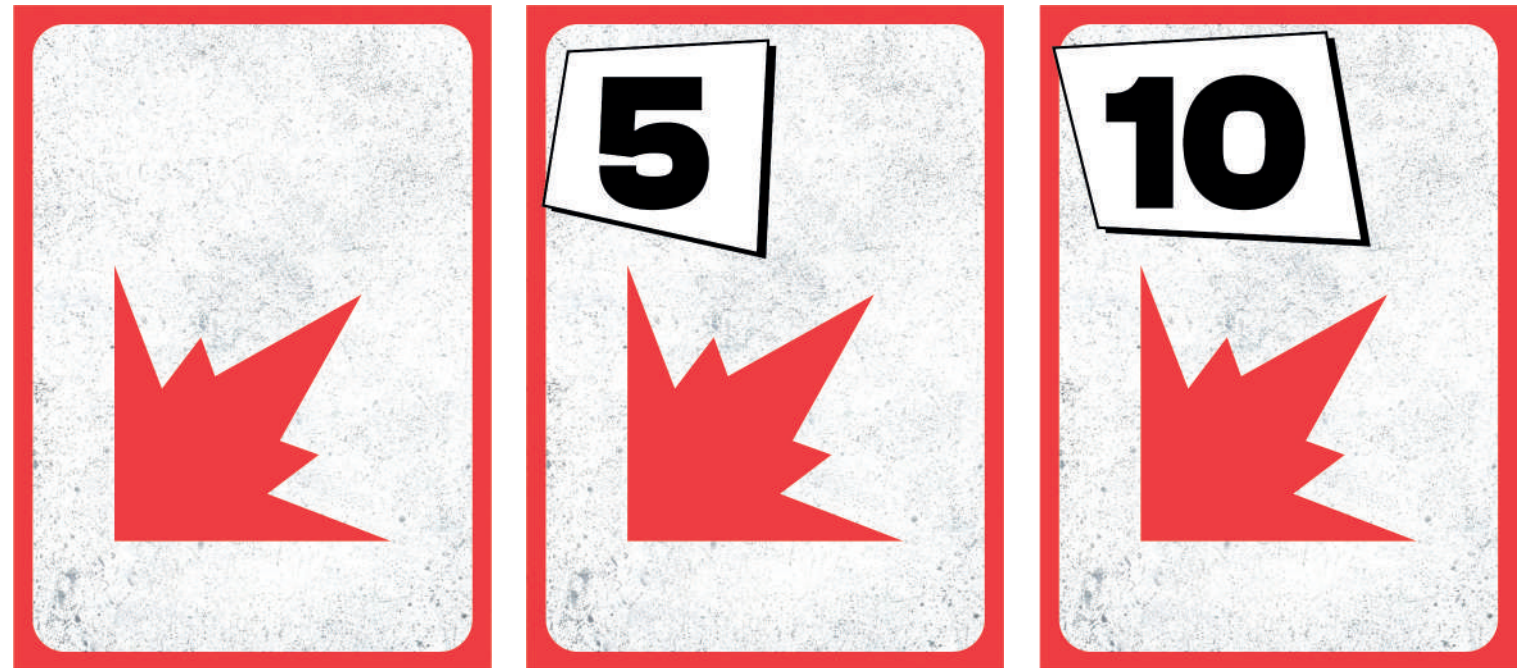


Fig 37. Dorsos de cartas

Lo siguiente a diseñar fueron los anversos de las cartas. Por lo general se optó por un fondo gris, el mismo tono utilizado anteriormente. Para las cartas de personaje y de autómatas se utilizó una ilustración a tamaño completo situada en el centro de la carta, con una versión ampliada en la parte de atrás, para mostrar algunos detalles de cada ilustración. Por otra parte se colocó el nombre de cada personaje en la parte superior izquierda, utilizando la tipografía DM Sans, en su variable bold. En la parte inferior se colocó un marco para añadir información acerca de las acciones de cada uno de los personajes.

Para especificar las condiciones de uso de cada acción se utilizaron unas formas de rombo para indicar la posición de quien la usa, con el color de cada personaje y la posición de al objetivo que afecta, en rojo si es un enemigo y en negro si es un aliado.

Para las cartas de objeto clave se utilizó la misma estructura, omitiendo el marco de la parte inferior. Por otra parte, las cartas de misiones son iguales, pero con el fondo blanco y el marco negro, para diferenciarlas de las del mazo de objetivos.

Por último, las cartas de habilidades de cada personaje también utilizan fondo blanco. Esto se debe a que el dorso es el mismo que se usa para las cartas de personaje, por lo que el fondo blanco se utiliza para que sean fácilmente identificables como cartas de habilidades. Además, siguiendo tendencias de otros juegos de mesa y videojuegos, se optaron por unas ilustraciones de corte vectorial para las estas cartas, siguiendo el estilo de los símbolos anteriormente diseñados para otras cartas

Para determinar las dimensiones de la carta se midieron varios naipes de distintos tamaños y distintos juegos, en concreto fueron 6th Sense, Break the Code y Magic the Gathering. Las cartas del primer juego tienen unas dimensiones de 6 centímetros de ancho por 8,5 de alto. Las de Break the Code miden 6,8 centímetros de ancho por 8,8 de alto. Por último, las cartas de Magic the Gathering tienen unas medidas de 6,3 centímetros de alto por 8,8 centímetros de alto. Se decidió utilizar la tercera medida, ya que son bastante manejables y ofrecen un área considerable para colocar texto e ilustraciones, cómo se puede observar en las cartas de MTG, y por otra parte no son tan grandes como las de Break the Code, lo cual reduce el tamaño de

la caja, y por lo tanto, los costes de producción.

El troquel de las cartas dibuja unas esquinas redondeadas, lo que hace más cómodo el manejo de las mismas. Por último, el soporte de las cartas es un papel naipes de 300 gr/m², que además cuentan con una capa interior de color negro para evitar transparencias. («¿Qué materiales utilizamos en nuestros juegos de mesa?», 2015)

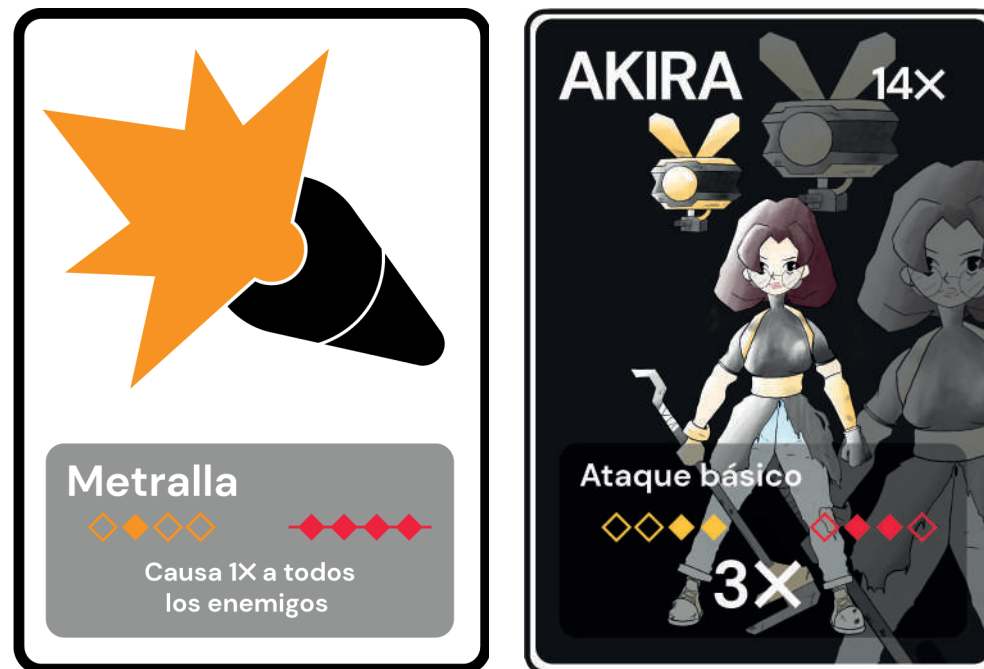


Fig 38. Primera versión de las cartas

En etapas posteriores de desarrollo, se determinó que las cartas no conseguían aunar una estética, por lo que se decidió rehacer los diseños de las cartas para conseguir mayor cohesión.

Uno de los elementos que más dispares eran las cartas de habilidad, ya que estas incluían ilustraciones vectoriales. Por una parte, el planteamiento original no resultaba desacertado en cierto modo, pero el resultado final distaba mucho de la estética del resto de ilustraciones como para poder considerar ambas partes como parte del mismo proyecto. Por lo tanto, se realizaron ilustraciones con el mismo estilo que las de personaje para ilustrar las cartas de habilidad.

Siguiendo el mismo principio, las cartas que determinan no contaban con ilustraciones de ningún tipo, tan solo contenían el texto pertinente. Para estas cartas también se realizaron ilustraciones que respetaban el estilo de las anteriores.

Por otra parte, se determinó que las cartas, uno de los principales elementos gráficos, carecían de personalidad, y por consecuencia, el proyecto en su totalidad también.

Analizando el proyecto, se llegó a la conclusión de que se quería transmitir una imagen rebelde o incluso "gamberra".

Para transmitir esta idea, se modificaron ligeramente los trazos de las ilustraciones, haciéndolos más sucios e imprecisos, pero sin llegar a afectar a la legibilidad de las imágenes. Por otra parte, los textos pasaron a estar contenidos en marcos, que presentaban formas irregulares, con la intención de que complementara la idea anteriormente descrita. Además, tanto las ilustraciones como estos marcos se colocaron de manera que se solaparan con los marcos de la carta, para dar más dinamismo a la composición. Como elemento adicional, se añadió un efecto de sombra proyectada tanto a los personajes como a los marcos de texto para ayudar a construir la identidad del juego y aportar más riqueza al apartado gráfico de las tarjetas.

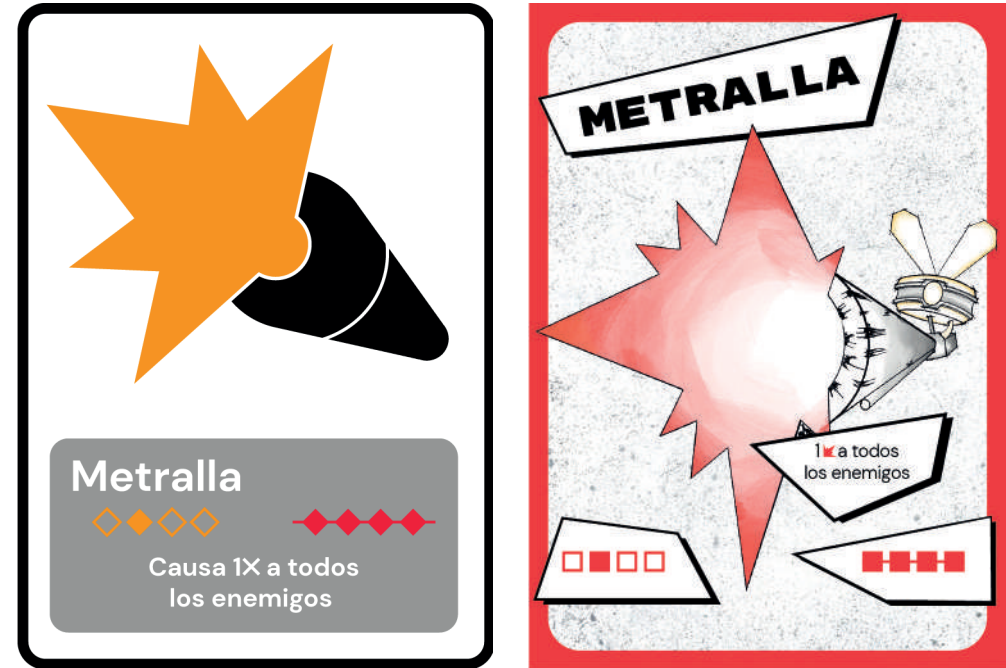


Fig 38. Comparativa cartas de habilidad (Primera versión: Izda. Versión final: Dcha.)

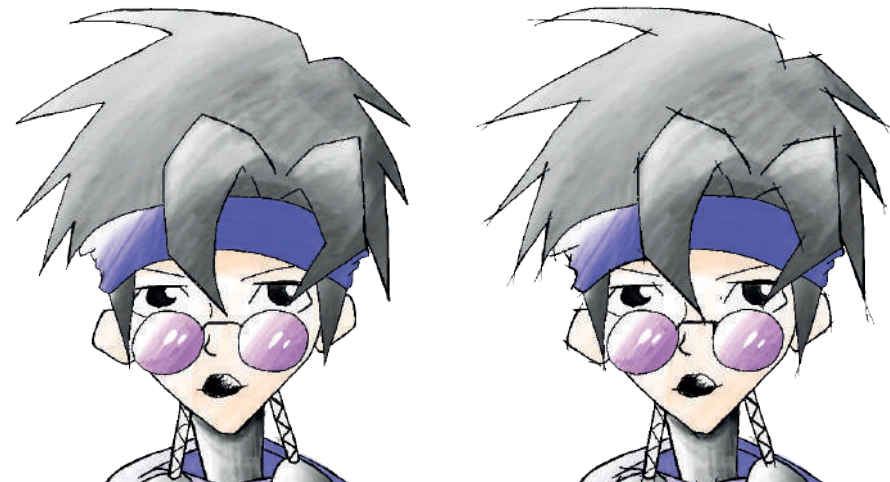
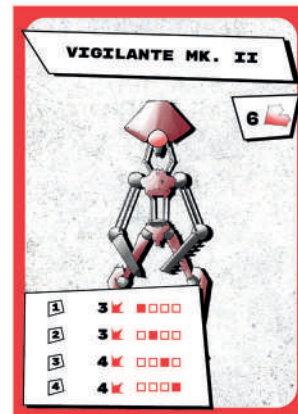


Fig 39. Comparativa de trazos (Primera versión: Izda. Versión final: Dcha.)

Turno de los autómatas

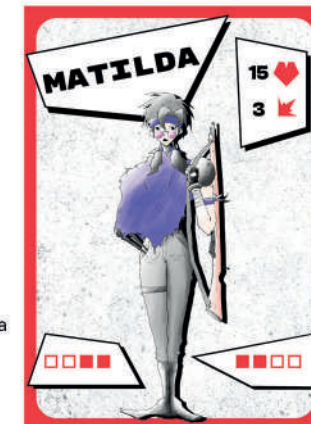
En el turno de los autómatas, se tirará un dado por cada enemigo en juego. Cada uno ejecutará una acción en función del resultado obtenido en el dado. Cuando una habilidad o ataque impacte sobre un objetivo, este acumulará cartas de herida. Si un objetivo acumula tantas heridas como indica su carta, quedará fuera de combate. La fase de combate finaliza cuando todos los autómatas han sido derrotados. Si un jugador alcanza o supera la cantidad de heridas indicada en su carta, será derrotado y acabará la partida.



Límite de heridas

Los cuadrados situados en los cuadros inferiores de las cartas indican la posición del jugador (izquierda) y la posición que debe ocupar el objetivo (derecha).

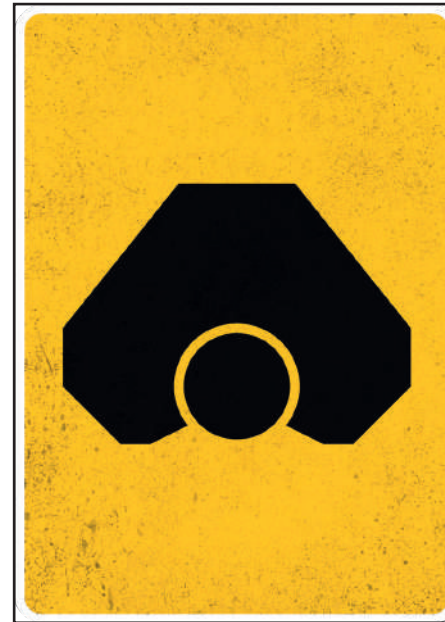
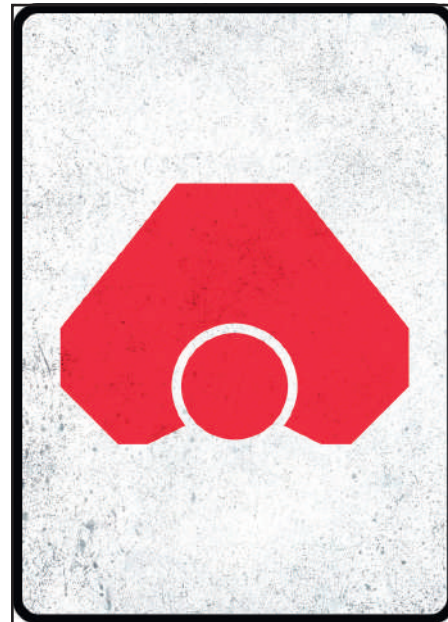
En el caso de las cartas de autómatas, los cuadrados indican la posición del jugador que recibirá el ataque. Si marca varios objetivos, el grupo elegirá un jugador que ocupe las posiciones indicadas para que reciba el ataque.



El jugador debe ocupar la primera o segunda posición.

El objetivo debe ocupar la primera o segunda posición.

Fig 39. Instrucciones de juego



¡CUIDADO!

Han encontrado una trampa. El jugador que robó no podrá usar habilidades en el próximo combate.

MENTE MAESTRA 17X

4X 5X 5X 4X

AKIRA

Ataque básico

3X

LLAVE AMARILLA

Fig 40. Primera versión de las cartas



Fig 42. Versión final de las cartas

3.9. Packaging

A la hora de planificar el packaging del juego se tuvo en cuenta las medidas de las cartas. Y se tuvo en cuenta que la caja no solo guardaría las cartas, sino un dado y el reglamento del juego.

El punto de partida en este caso fue la de hacer una caja en la que las cartas pudieran apilarse en dos montones en su interior. Estos dos mazos sumarían unas dimensiones de 12,6 centímetros por 8,8 centímetros. A estas medidas se consideró sumarle 5 milímetros, ya que de no ser así el espacio estaría muy ajustado. Para determinar esta medida se midieron algunas cajas de otros juegos de mesa. Una vez calculadas estas dimensiones, que representan la base de la caja, era pertinente calcular la altura de la misma. Teniendo en cuenta que el juego cuenta con un total de 86 cartas, y que el grosor por carta es de 0,5 mm, al dividir las cartas en dos pilas iguales de 43 cartas, estas tendrían una altura total de 2,22 centímetros cada una. A esta altura es necesario sumarle la altura de un dado, unos 16 milímetros aproximadamente y el grosor del reglamento, que no supera el centímetro. Por lo tanto, la altura de la caja debe ser de 3,5 centímetros, de modo que las dimensiones finales serían 12,6 centímetros de largo

por 8,8 centímetros de ancho por 3,5 centímetros de alto.

La caja lleva una tapa, un recurso muy habitual en este tipo de productos.

Una vez calculadas las dimensiones y el tipo de caja, fue posible empezar a diseñar la apariencia visual que tendría la caja. Desde los primeros prototipos realizados se optó por un diseño muy sencillo, usando los colores blanco y rojo y mostrando el conjunto visual identificador en la parte frontal. En cuanto a los laterales, estos se complementan con otra versión del conjunto visual y además especifican algunos datos sobre el juego, como el número de jugadores o el tiempo por partida. Esta opción quedó descartada, pues no resultaba llamativa y apenas comunicaba nada sobre el juego.

Para la segunda versión de la caja se pensó en algo más ilustrativo, que arrojara más luz sobre el contexto o la temática del juego. Se esbozaron varias ideas sobre lo que podría ser la ilustración de portada, reflejando situaciones de conflicto que afrontarían los personajes, o un plano general de la isla en la que toma lugar. Esta última idea fue la elegida para la siguiente propuesta. Tras bocetar varias aproximaciones a este concepto se decidió

desarrollar uno que mostraba la isla desde una distancia relativamente lejana, ilustrando también el invasivo impacto que las instalaciones habían tenido sobre el paisaje del territorio. Esta propuesta se desarrolló de la misma manera que las ilustraciones de personajes, con las mismas técnicas. Tras haber terminado la ilustración fue descartada, pues la técnica utilizada no se consideró adecuada para una imagen de cubierta.

En este punto, se prestó atención a otros elementos creados anteriormente en busca de referencias para encontrar una solución. Tras organizar todas las ideas e información desarrolladas hasta el momento se llegó a la conclusión de que la figura de los personajes debía tener gran importancia, y además, el buen resultado que habían dado las ilustraciones vectoriales hasta el momento. Se manipularon las ilustraciones de personajes para darles un relleno de color rojo, de modo que tan solo quedase la silueta de cada uno de ellos. Estas se colocaron sobre un fondo blanco, acompañadas del logo del proyecto y un borde del mismo tono rojizo, emulando la estética de las cartas de juego. Este borde rojo daría pie al color de los laterales de la caja, espacio que se utiliza para las especificaciones relevantes al

tiempo de juego, edad recomendada o número de jugadores, así como para avisos legales y la autoría del proyecto. Este diseño correspondería a la tapa de la caja.

A continuación se procedió a diseñar la apariencia de la parte inferior de la caja. Siguiendo con la idea de la tapa, también utilizan los colores blanco y rojo, así como el borde, pero en este caso invirtiendo los colores. En la parte trasera se añadió un código de barras, así como una breve descripción del juego en español e inglés. Todo esto quedó decorado por la silueta de uno de los personajes antagonistas, esta vez coloreada de blanco, que al igual que las otras ilustraciones, también se fundía con el borde.

Para los acabados de la caja se utilizó una doble capa de cartoncillo de 200gr/m². La caja se cubrió en el mismo material, y se le añadió un laminaado para añadir un efecto brillante.



Fig 41. Troquel de la caja

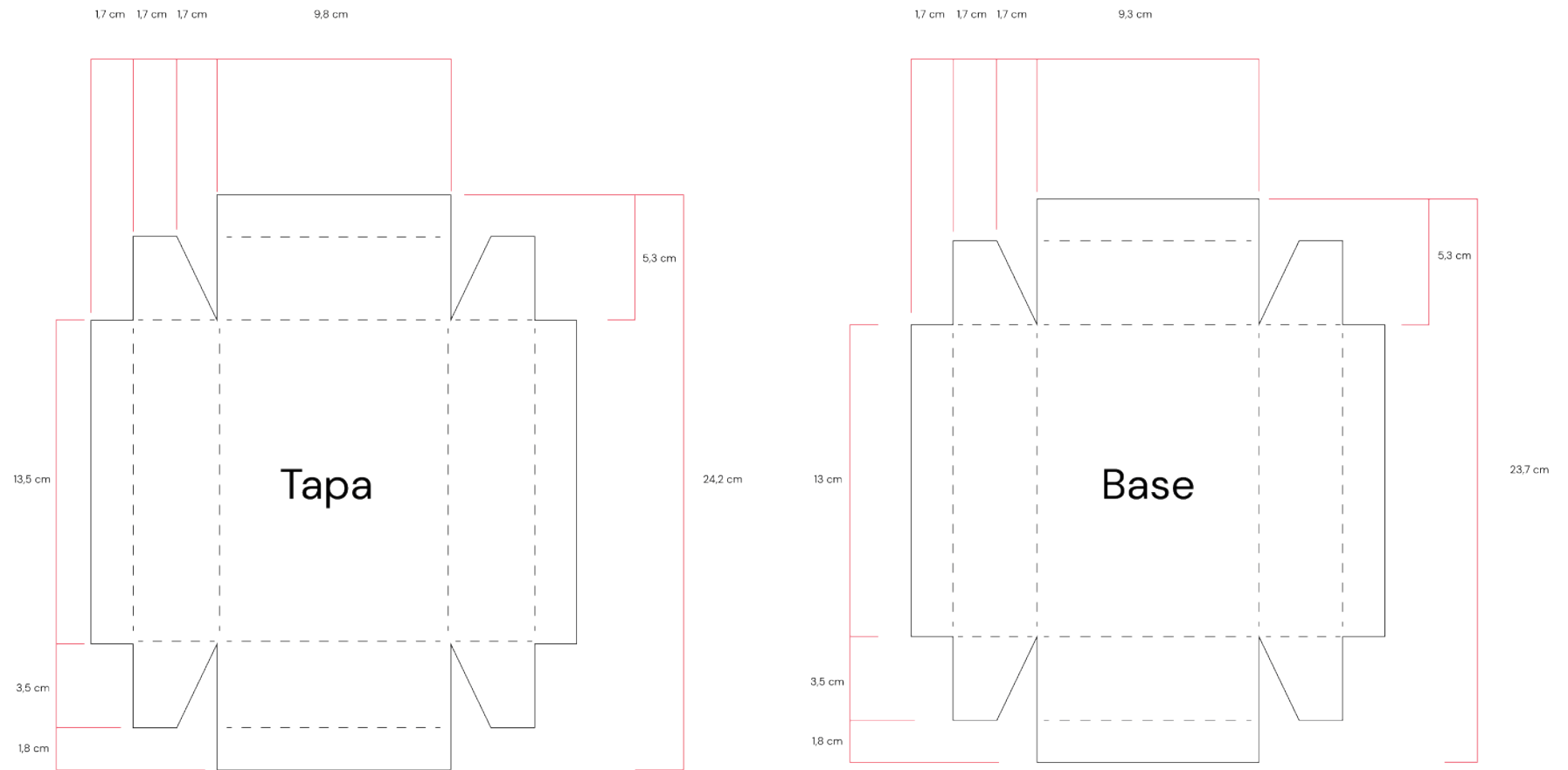


Fig 42. Medidas de la caja



Fig 43. Maqueta

3.10. Material promocional y corporativo

Durante el proceso de desarrollo del juego también se determinó que sería necesario crear material promocional y corporativo del juego. Este material adoptaría distintas formas y medios en función de las distintas necesidades que pudiesen surgir. Esto englobaría lo siguiente: un sitio web con información del juego; merchandising, que sería distribuido a través de tiendas locales o a través de la propia web mencionada anteriormente. Por su parte, el material corporativo englobaría los soportes de papelería, tales como papeles de carta, sobres y tarjetas como comerciales.

En el caso del material de papelería, solo se utilizó el logotipo de "Exo", pues es el nombre de la empresa como tal.

Página web

Para llevar a cabo el diseño de la página web lo que se hizo en una primera instancia fue fijarse en las páginas de otros juegos competidores del sector, como Exploding Kittens. En la mayoría de casos, estos apuestan en gran medida por el apartado artístico de sus productos, ya que suelen ser de gran calidad. Además, también utilizan una estructura centrada por completo en su main page, donde incluyen toda la información que consideran necesaria de su juego. Esta página principal se divide en distintas secciones, que se diferencian de manera clara y además ayudan a jerarquizar la información adecuadamente. Cabe destacar que cada una de las secciones mencionadas anteriormente tiene la información justa y necesaria, es decir, no sobrecargan al usuario con información superflua. Es necesario mencionar también que la barra superior acompaña al usuario a medida que este se desliza a través de la página, facilitando el acceso a las distintas secciones de esta o a otras páginas como un carrito de la compra o un blog.



Cómo jugar

EXO Venus cuenta con un sistema de juego diseñado para ser lo más accesible posible, que sintetiza en 4 pasos todas las acciones necesarias para completar un turno.



Fig 44. Página web

Partiendo de esta base, se empezó a diseñar la web con una estructura similar a la mencionada, con toda la información en una página principal, que no hiciese al usuario navegar entre distintas páginas para poder ver toda la información. Como punto de partida se especificaron las secciones que tendría la web, que fueron las siguientes: Inicio, personajes, enemigos, jefes finales, objetivos, trueque y combate. En cuanto a la selección de colores se eligió el tono de rojo utilizado para la identidad visual, gris oscuro para el fondo y blanco como color de fuente, ya que una web de fondo oscuro es notablemente menos dañina en

1. Juega una carta

Si dispones de una carta que puedas jugar, por ejemplo, para evitar un combate, puedes hacerlo en el primer paso de tu turno.



situaciones de un entorno poco iluminado. También se utilizó el color rojo para diferenciar algunas secciones de otras, así como se utilizaron los colores propios de cada personaje en su apartado. Al terminar una primera maqueta y analizarla detenidamente, se llegó a la conclusión de que había demasiada información, que la jerarquía de la misma no era clara para el usuario y además las secciones no estaban bien diferenciadas entre sí.

Como solución a esto, se decidió simplificar y acortar la información en la página principal, delegando en otras páginas anexas que ampliasen la información. Por ejemplo, en lugar de presentar las fichas de personaje en la ficha principal, se añadirían las ilustraciones de cada personaje en una sola sección, y al clicar sobre cada una de ellas, estas llevarían al usuario a una página con una información más detallada que también le permitiese consultar el resto de fichas de personajes con tan solo un clic. Por otra parte, la información contenida en los bloques de texto se sintetizó, eliminando aquella que fuese innecesaria. Por último, se mejoró el uso de las franjas de color para diferenciar las secciones correctamente.

Como añadido adicional, se diseñó un pie de página con toda la información legal, una serie de accesos rápidos a otras secciones de la página, enlaces de redes sociales y un formulario de contacto. Como parte de esta información, también se diseñaron los banners pop up referentes a las políticas de cookies, de privacidad y los avisos legales.



Fig 45. Primera versión de la web



DERROTA A MEDUSA

Exo Venus-01 es un juego de mesa cooperativo de 2 a 4 jugadores en el que jugarán como uno de los 4 héroes de Venus para derrotar a la corporación MEDUSA.

PERSONAJES

Sin embargo, tras analizarla detenidamente, se determinó que el resultado de la página web distaba de ser verosímil en muchos aspectos, y si bien guardaba relación con la estética que adoptó, no cumplía con las expectativas. Por esta razón, se tomó la decisión de rehacer la página web, trasladando algunas de las ideas a la nueva web, como la galería interactiva de personajes.

En la página de inicio se conservó mucha de la información que ya existía, como un breve resumen del juego o el contenido de la caja. Además, también se incluyen accesos al resto de secciones de la página, como la tienda o la galería de personajes.

La sección de tienda se diseñó por completo, ya que en la anterior versión no se había contemplado la existencia de una tienda online. Esta sección incluye una galería de productos, una página dedicada a cada producto y una pasarela de pago. Otro añadido fue el carrito, que puede ser consultado en cualquier momento desde el menú superior.



Fig 46. Versión final de la página web
<https://www.figma.com/design/EWXtU64isBHRbaQ2wZ3AAo/Exo-Venus?node-id=0-1&t=5HAAi4a49mbWkzBQ-1>

Merchandising y otros soportes impresos

Durante el proceso de desarrollo de las ilustraciones para los personajes, se barajó la idea de crear una serie de camisetas de cada uno de los personajes como material promocional del juego. En una primera instancia se tanteó la posibilidad de usar las ilustraciones tal cual habían sido creadas para las prendas. A pesar de que esta idea ha sido replicada por grandes tiendas de ropa con personajes de series de animación, fue descartada debido a la considerada falta de originalidad.

En un proceso de brainstorming se logró determinar que cada camiseta usaría de alguna manera el color de su personaje. Mientras esta idea se maduraba, se llegó a la conclusión de extraer un elemento característico de cada uno de los personajes, que ayudase a identificarlos. Con todo esto en mente, finalmente se optó por incluir las ilustraciones de los personajes, pero tan solo el delineado, con el color principal que se usó en las ilustraciones. Por lo tanto, se utilizó el símbolo de cada personaje para la parte delantera, mientras que la parte trasera de las camisetas fue decorada con las ilustraciones de personaje

a tamaño completo. Estas prendas carecen del conjunto identificador de la marca, ya que se considera que las ilustraciones son suficientemente características e identificativas del proyecto.

También se diseñaron otros materiales pop como una totebag o bolsa de tela, siguiendo la misma técnica de las camisetas de usar el delineado de los personajes. Además también se diseñaron unas tazas y una serie de pegatinas con los colores característicos de los personajes y el símbolo del juego.

Las mencionadas aplicaciones de la marca son recogidas en el manual de identidad.



Fig 47 Modelo de camiseta promocional

Por último, se decidió diseñar una serie de carteles promocionales. Barajando varias ideas, se llegó a la conclusión de utilizar las ilustraciones del juego para la cartelería, ya que es uno de los apartados más llamativos del proyecto. De este modo, se diseñaron 4 carteles que siguen la misma estructura entre sí. Cada uno de estos carteles muestra a un personaje, con una breve biografía, lo que ayuda a construir ese imaginario del proyecto. Se aplicaron varias técnicas de tratado de imagen para conseguir un aspecto de tramado en las ilustraciones. El color de la trama elegido fue el negro, y se reservó el rojo corporativo para algunos detalles del cartel.



Fig 48. Cartel promocional

Conclusiones

Conclusiones

Este Trabajo de Fin de Grado ha supuesto un gran reto y esfuerzo para mí como diseñador. Prácticamente todas las competencias que he desarrollado en los años del grado han sido puestas a prueba en cada uno de los puntos de este proyecto. Dicho esto, puedo considerar que ha sido muy agradable tener la libertad para trabajar en un ámbito que disfruto tanto como son los juegos de mesa.

El desarrollo del trabajo se ha enfocado atendiendo a las competencias pertinentes. Uno de los puntos más importante es que este proyecto se ha mirado desde la perspectiva del diseño en todo momento. Es crucial como diseñador/a saber interpretar y comprender la información para comunicarla de la manera más global posible. Por supuesto, se abordó esta perspectiva porque se considera que el diseño tiene mucho que aportar a la problemática socioeconómica de las islas.

Por otra parte, en este proyecto se ha podido mejorar la habilidad en el dibujo, ya que se han trabajado las ilustraciones puesto que permiten hacer más atractivos los diseños a

la vez que facilitar la comprensión de la información textual, siendo una herramienta muy potente y con mucha pregnancia a la hora de comunicarse con el usuario.

Para el desarrollo, no sólo de las ilustraciones, sino de todo el trabajo, se han aplicado todos los conocimientos adquiridos sobre las TIC y otras herramientas tecnológicas.

Además, en el proceso de prototipado, se ha mantenido un compromiso por utilizar materiales y técnicas que se asemejen en la medida de lo posible, no sólo a los planteados durante el proceso de conceptualización, sino a los estándares de la industria.

Por otra parte, desarrollar una estética cohesionada ha sido una de las tareas más costosas de ese proyecto. Si bien considero que el resultado final consigue reunir una estética común en todos sus elementos, durante la elaboración del mismo resultó muy difícil elaborar dicha línea gráfica, por lo que algunas las piezas parecían no tener demasiada relación con el resto. Por este motivo, es importante recalcar la importancia de reunir y fijar una serie de directrices que ayuden a dirigir el desarrollo del proyecto. Durante el desarrollo del trabajo se

amplió la perspectiva del mismo, planteando otros proyectos de la marca "Exo" mas allá de "Venus". Si bien estos proyectos tan solo fueron planteados de manera superficial, si se tiene claro que tratarían de tener un mensaje crítico al igual que "Venus", aunque con una ejecución y planteamiento distinto.

Para concluir, creo que el resultado final cumple con los objetivos planteados. Considero que el proyecto consigue cumplir con las competencias solicitadas. Además, creo que el proyecto realizado es lo suficientemente sólido para seguir desarrollándolo en un futuro de manera independiente.

Bibliografía

- ¿Qué es un «juego»? (2015, 25 septiembre). Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado 21 de enero de 2022, de <https://blogs.uoc.edu/informatica/que-es-un-juego/>
- ¿Qué materiales utilizamos en nuestros juegos de mesa? (2015, 20 febrero). agrpriority. <https://www.agrpriority.com/post/2015/02/20/-qu%C3%A9-materiales-utilizamos-en-nuestros-juegos-de-mesa#:~:text=Para%20las%20cartas%20usamos%20papel,para%20evitar%20que%20se%20transparenten.>
- #Salvar La Tejita. (2022, 16 noviembre). Entrevista a portavoz de Salvar La Tejita sobre paralización de Cuna del Alma [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=FxQeVFxFgk8>
- #Salvar La Tejita. (2022, julio 19). Entrevista contra el Circuito del motor de Tenerife [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=syJTUAlcCRw>
- A. (s. f.). Red Canaria de Espacios Naturales Protegidos. <https://www.tenerife.es/portalcabtfes/descubre-tenerife/que-ver/espacios-naturales-protegidos-de-la-isla-de-tenerife>
- CEOE Tenerife & CaixaBank (Eds.). (2021). 2020 La economía canaria en gráficos [PDF]. <https://ceoe-tenerife.com/wp-content/uploads/2021/05/2020-La-Economia-Canaria-en-graficos.pdf>
- Disney Villainous – ¿Que Villano quieres ser? (s. f.). <https://www.ravensburger.org/es/descubre-nuestro-mundo/nuestras-marcas/disney-villainous/index.html>
- E. (2022, 20 julio). El proyecto del Circuito del Motor presentado en Tenerife. Radio Televisión Canaria. <https://rtvc.es/el-proyecto-del-circuito-del-motor-presentado-en-tenerife/>
- Eco Manifiesto – Cuna del Alma – El Puertito, Tenerife. (s. f.). Cuna del Alma. <https://www.cunadelalma.com/es/eco-manifiesto>
- elDiario.es. (2022, 18 julio). Ecologistas alertan de que la declaración de impacto ambiental del Circuito del Motor está caducada. https://www.eldiario.es/canariasahora/tenerifeahora/sur/ecologistas-alertan-declaracion-impacto-ambiental-circuito-motor-caducada_1_9180402.html
- Europa Press. (2023, 4 mayo). Podemos lleva ante Anticorrupción más irregularidades ambientales en el proyecto Cuna del Alma. <https://www.eldia.es/tenerife/2023/05/04/lleva-anticorrupcion-irregularidades-ambientales-proyecto-86896544.html>
- Domingo, R. (2023, 4 junio). Emmasa impulsa un modelo eficiente para prevenir la escasez de agua. <https://www.eldia.es/santa-cruz-de-tenerife/2023/06/05/emmasa-impulsa-modelo-eficiente-prevenir-88297830.html>
- Ferrera, T. (2022, 24 julio). Las obras del Circuito del Motor de Tenerife podrían dañar patrimonio arqueológico. https://www.eldiario.es/canariasahora/tenerifeahora/obras-circuito-motor-tenerife-danar-patrimonio-arqueologico_1_9196054.html
- Gobierno de España – Ministerio de Trabajo y Economía Social (Director). (2022). 2022. Informe del Mercado de Trabajo de Santa Cruz de Tenerife. Datos 2021 (Servicio Público de Empleo Estatal – SEPE & Observatorio de las Ocupaciones, Eds.; N.o 120-20-050-9).
- Ley 4/2017, de 13 de julio, del Suelo y de los Espacios Naturales Protegidos de Canarias. Boletín Oficial del Estado. 216, de 8 de septiembre de 2017. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2017-10295>
- Medios y hemeroteca. (s. f.). <https://salvarlatejita.org/medios-y-hemeroteca/>
- Méndez, M. & Universidad de La Laguna. (2015). EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA CANARIA DESDE LA MORATORIA TURÍSTICA [Trabajo de Fin de Grado]. Universidad de La Laguna. <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/1521/EVOLUCION%20DE%20LA%20ACTIVIDAD%20TURISTICA%20CANARIA%20DESDE%20LA%20MORATORIA%20TURISTICA.pdf?sequence=1>
- Orús, A. (2022, 23 agosto). El turismo en Canarias – Datos estadísticos. Statista. <https://es.statista.com/temas/4115/el-turismo-en-canarias/>

Real Decreto 1205/2011, de 26 de agosto, sobre la seguridad de los juguetes. Boletín Oficial del Estado, 209, de 31 de agosto de 2011. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2011-14252>

Web, A. (2021, 19 marzo). Cronología de la evolución de Canarias como destino turístico. Futurismo Canarias. <https://futurismocanarias.com/cronologia-de-la-evolucion-de-canarias-como-destino-turistico/>

S. (2018, 20 octubre). Qué es el Juego. Significados. <https://www.significados.com/juego/>

Tenerife, S. D. S. (2022, 5 mayo). Cuna del Alma, un nuevo complejo turístico de lujo en el Sur de Tenerife. SOL DEL SUR TENERIFE. <https://www.soldelsurtenerife.com/articulo/adeje2/cuna-alma-nuevo-complejo-turistico-lujo-sur-tenerife/20220505174855066415.html>

Torres, A. D. (2022, 8 agosto). Adeje avanza hacia otros proyectos turísticos mientras los ecologistas luchan en Tenerife por frenar Cuna del alma. Público. <https://www.publico.es/sociedad/adeje-avanza-otros-proyectos-turisticos-ecologistas-luchan-tenerife-frenar-cuna-alma.html>

Viajes a Tenerife - Viajes El Corte Inglés. (s. f.). <https://www.viajeselcorteingles.es/especiales/viajes-a-tenerife>

Anexos

Proceso de creación de identidad visual Página 92

Bocetos de IVC

Versiones finales de IVC

Retícula de construcción de IVC

Propuestas de marca en otros proyectos Página 98

Boceto de packaging Página 100

Bocetos de cartas Página 102

Versión final de cartas Página 104

Dorsos

Cartas de personaje y autómata

Cartas de habilidad y evento

Cartas de objetivo

Ilustraciones Página 109

Personajes protagonistas

Antagonistas

Ilustraciones de evento

Ilustraciones de habilidad

Boceto preeliminar de página web Página 118

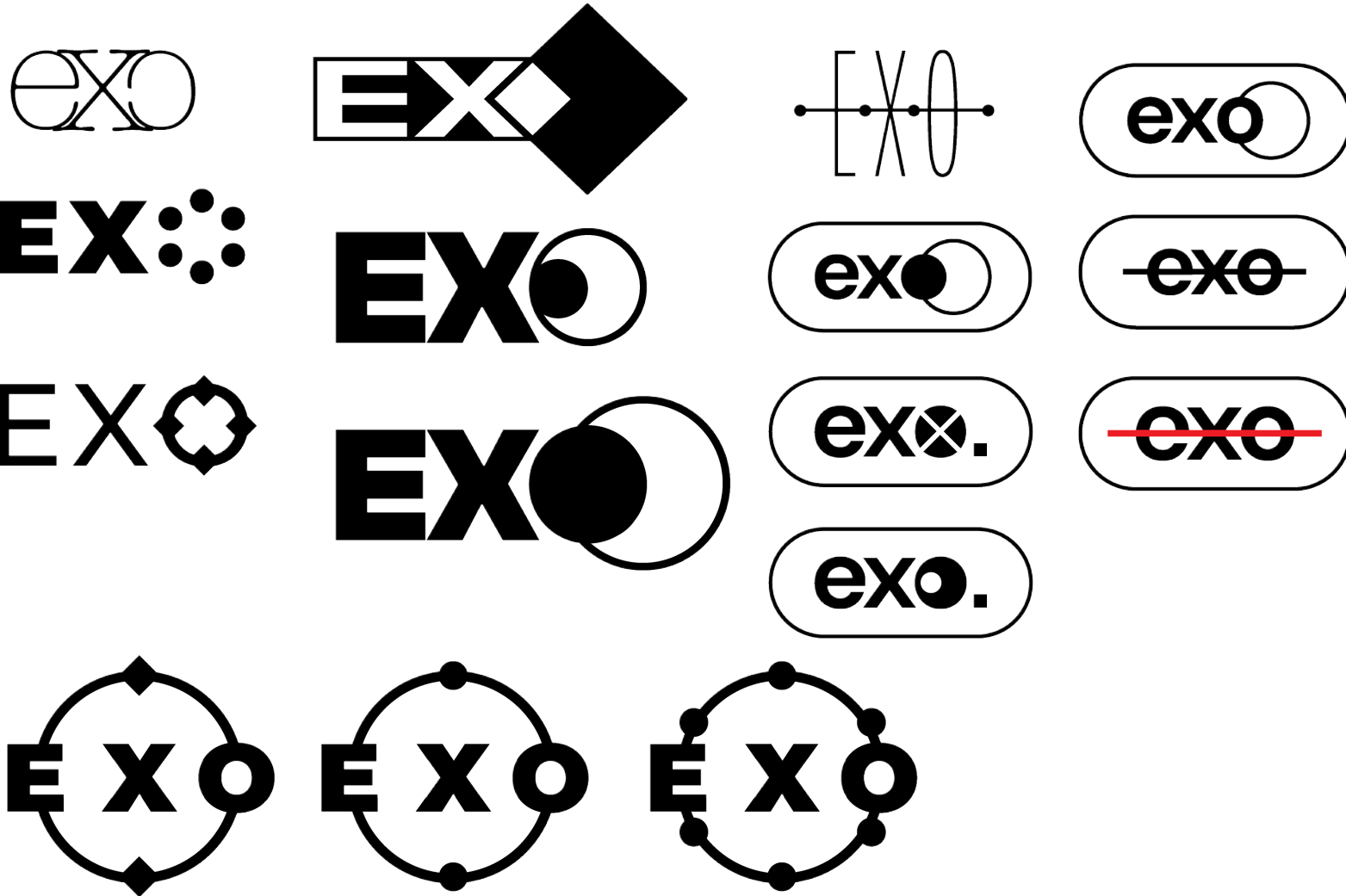
Versión final de página web Página 121

Servidor público de Discord Página 123

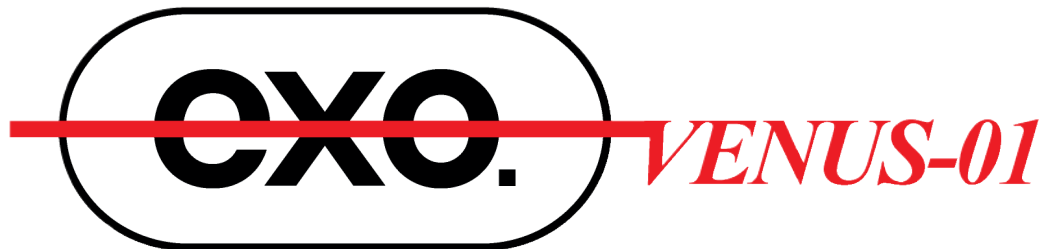
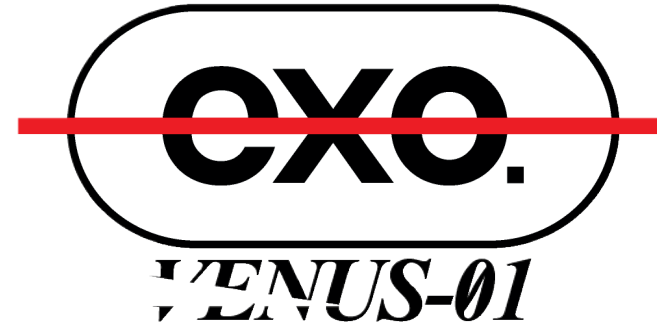
Manual de Identidad Visual

1. Proceso de creación de la identidad visual

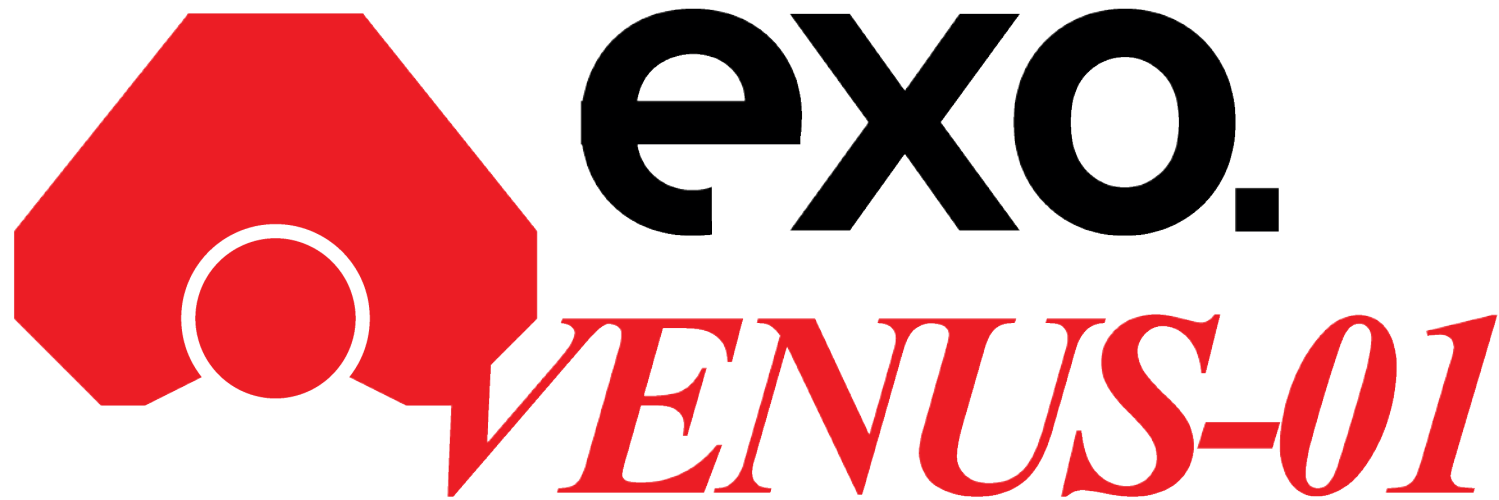
Bocetos de IVC



Bocetos de IVC



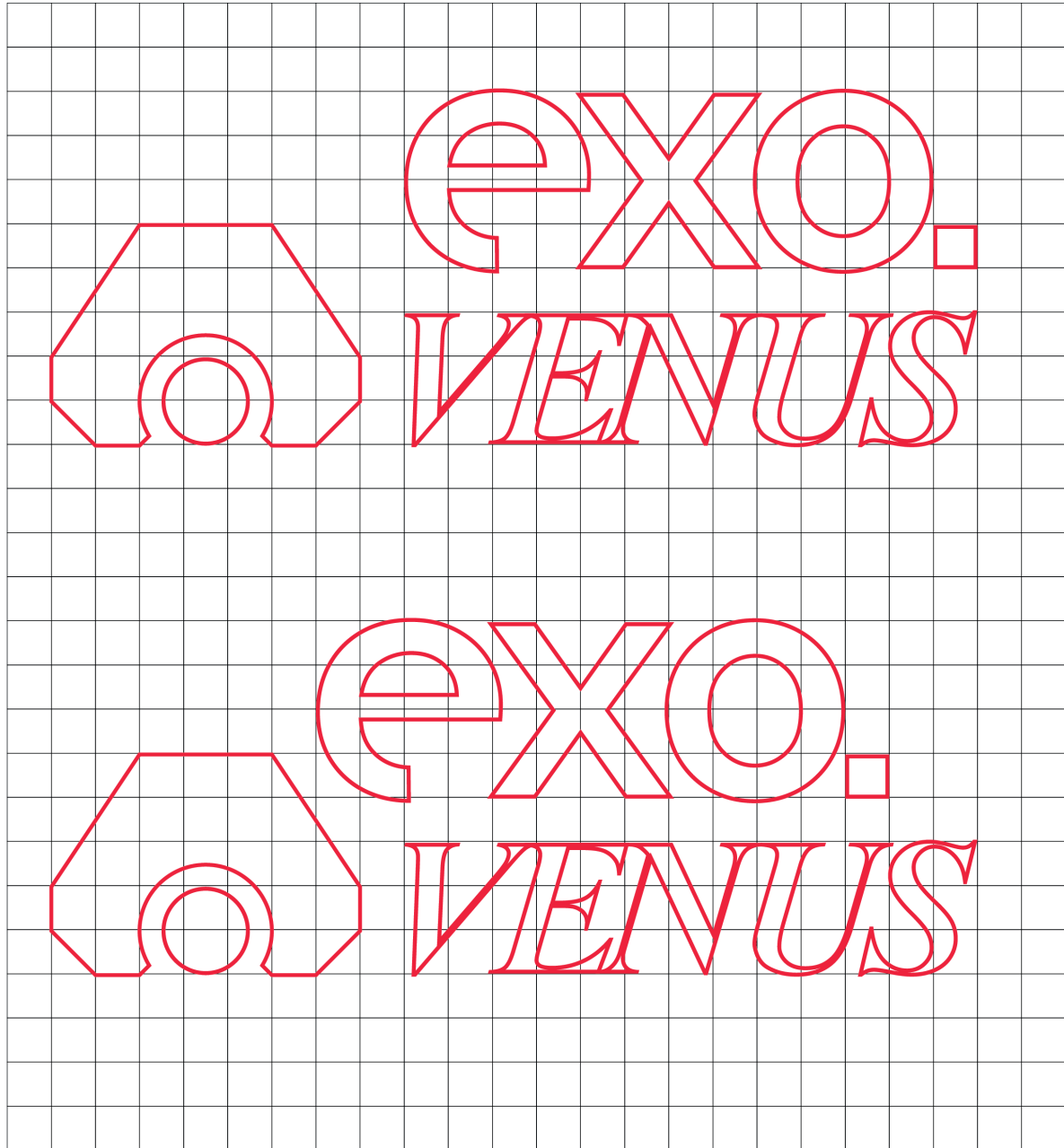
Bocetos de IVC



Versiones finales IVC



**Retícula de construcción
de IVC**



2. Propuestas de marca en otros proyectos

Propuestas de marca en
otros proyectos



3. Boceto de packaging

**Versión preeliminares
de caja**



4. Bocetos de cartas

**Versión preeliminaraes de
de las cartas**

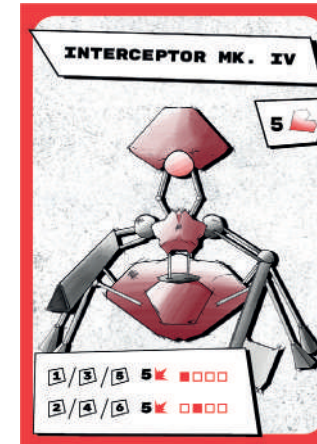
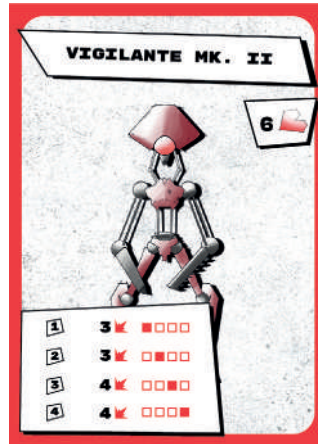
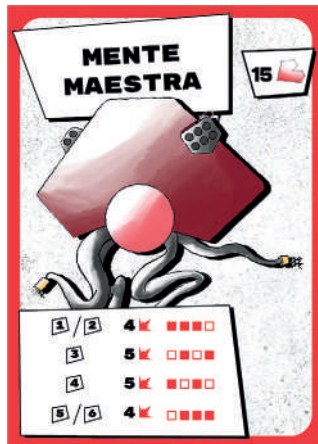
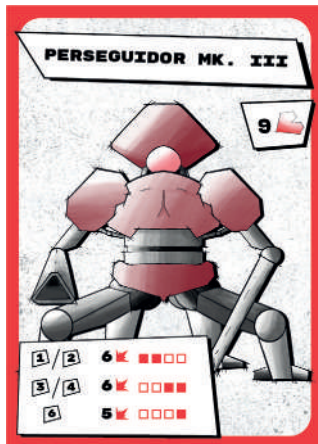
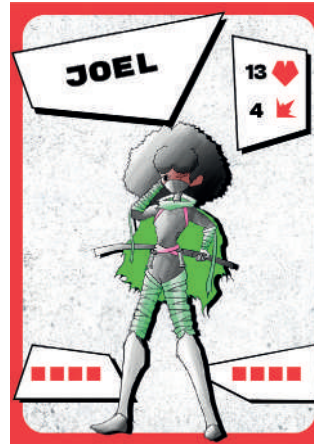
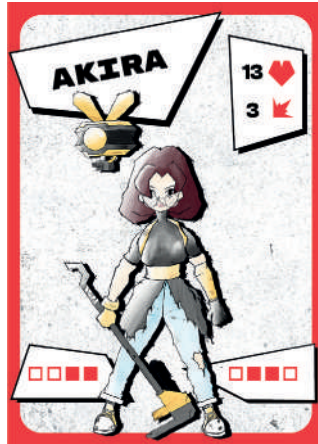


5. Versión final de las cartas

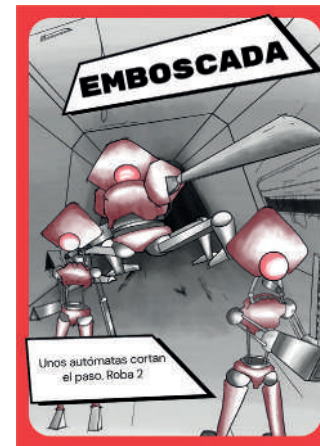
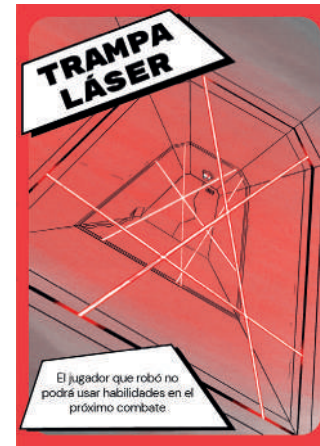
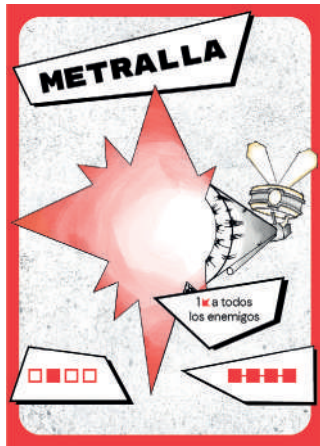
Dorsos



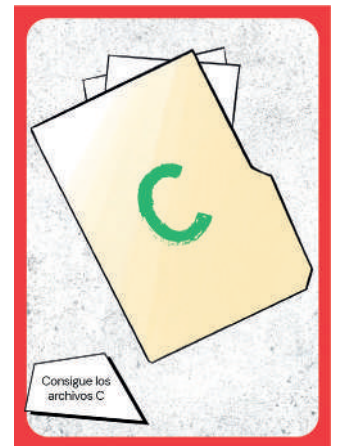
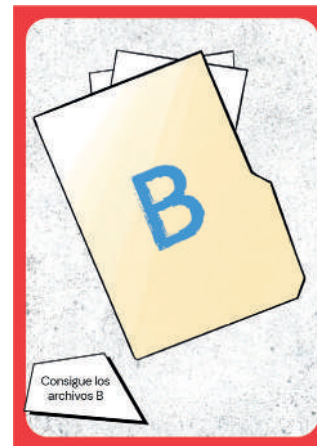
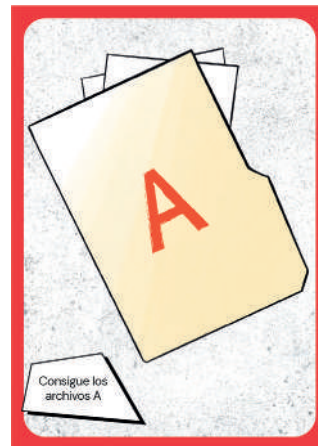
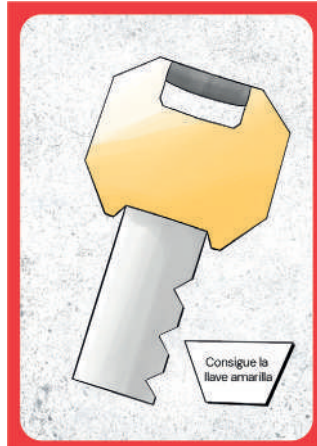
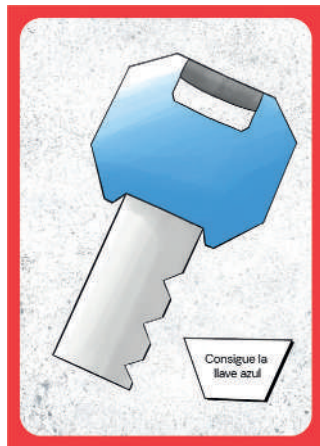
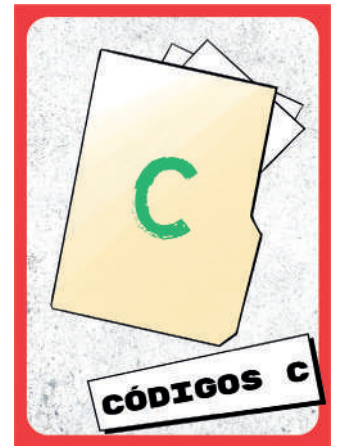
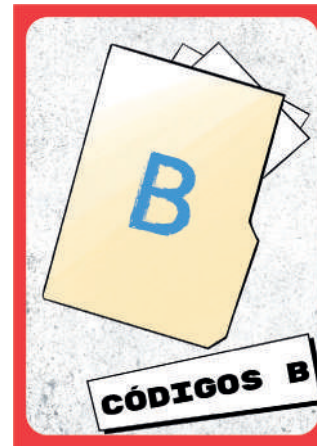
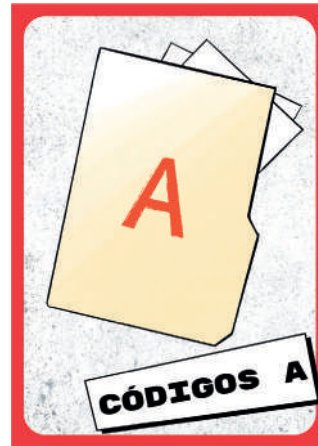
Cartas de personaje y autómeta



Cartas de habilidad y de evento



Cartas de objetivo

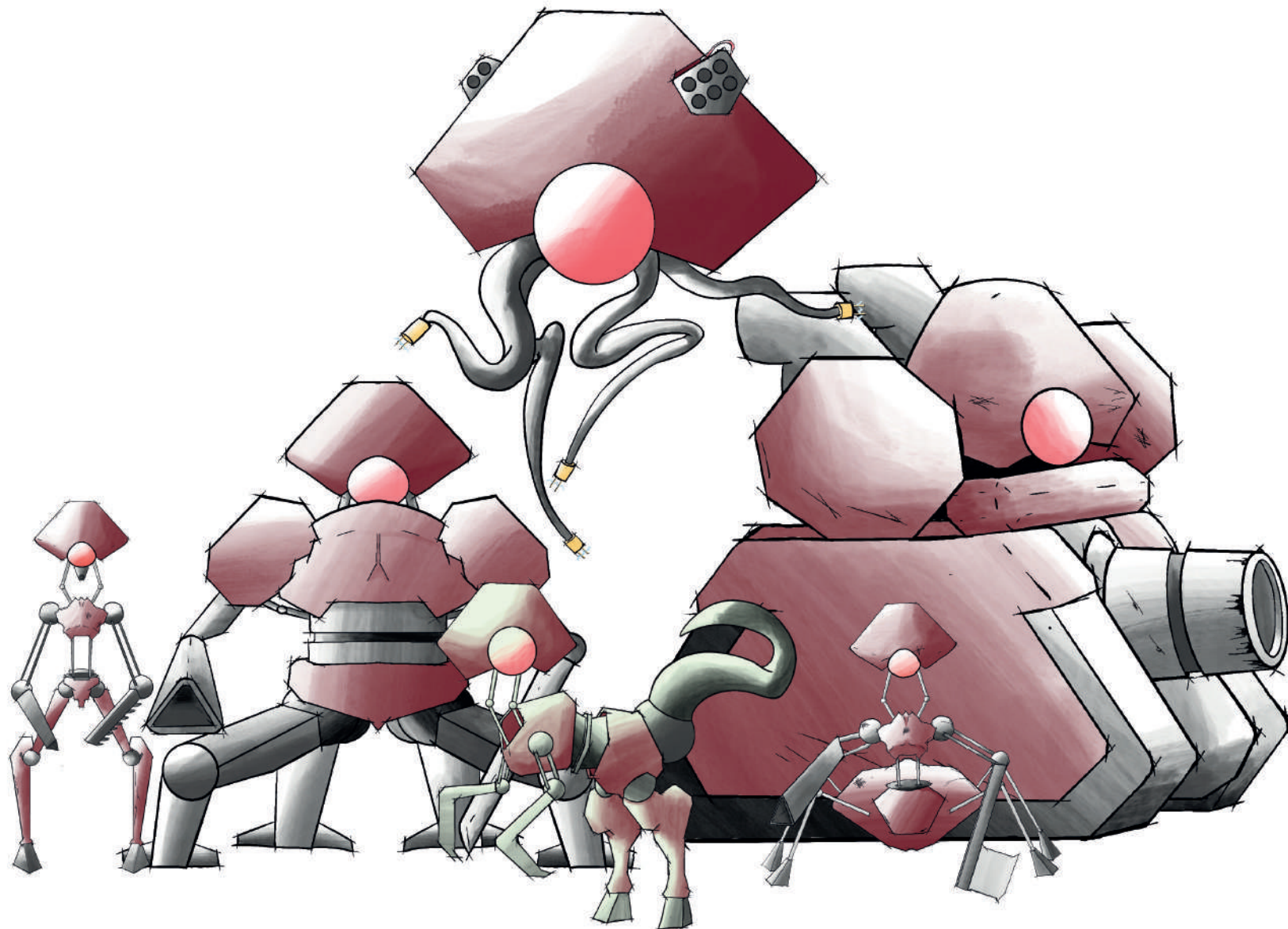


6. Ilustraciones

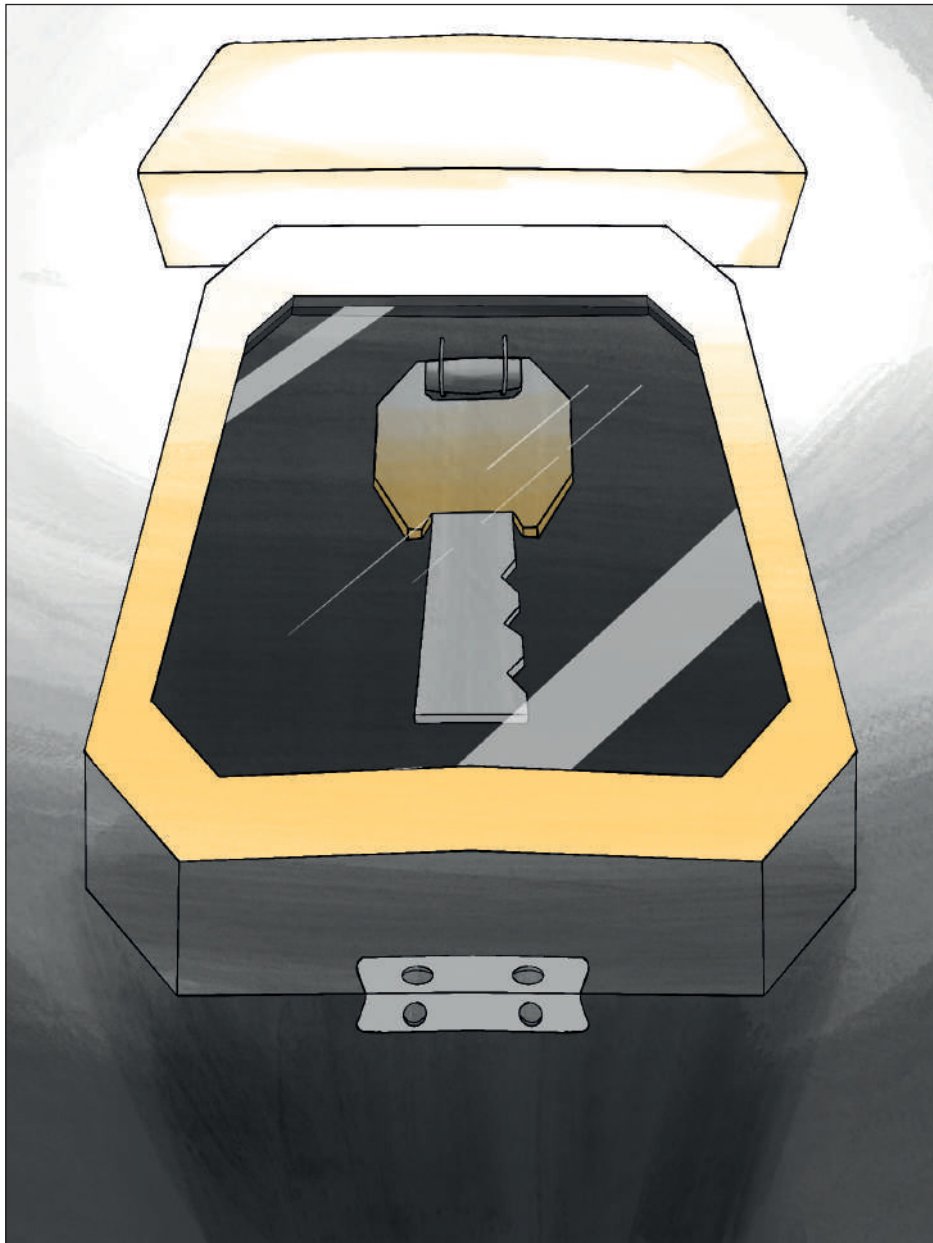
Personajes protagonistas



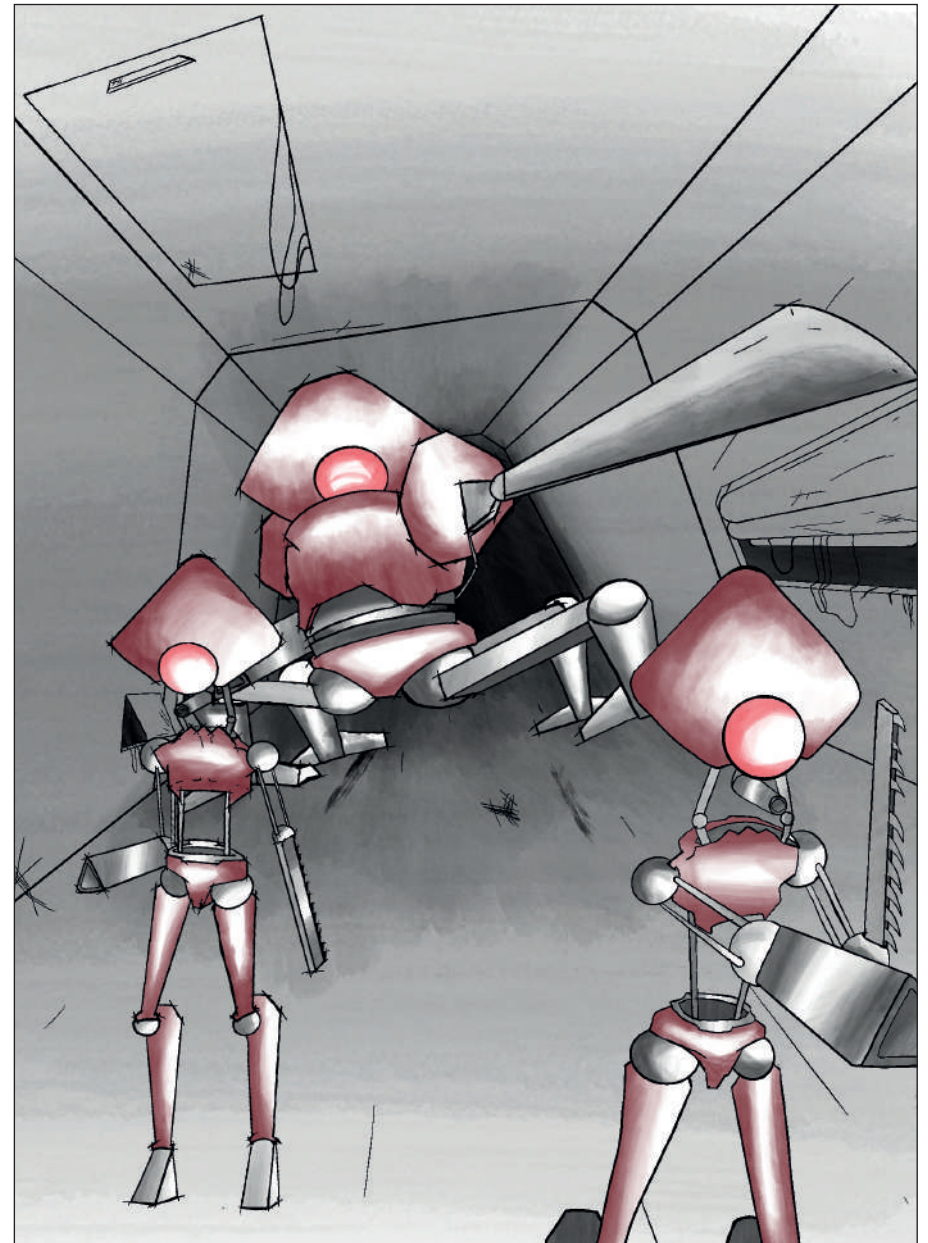
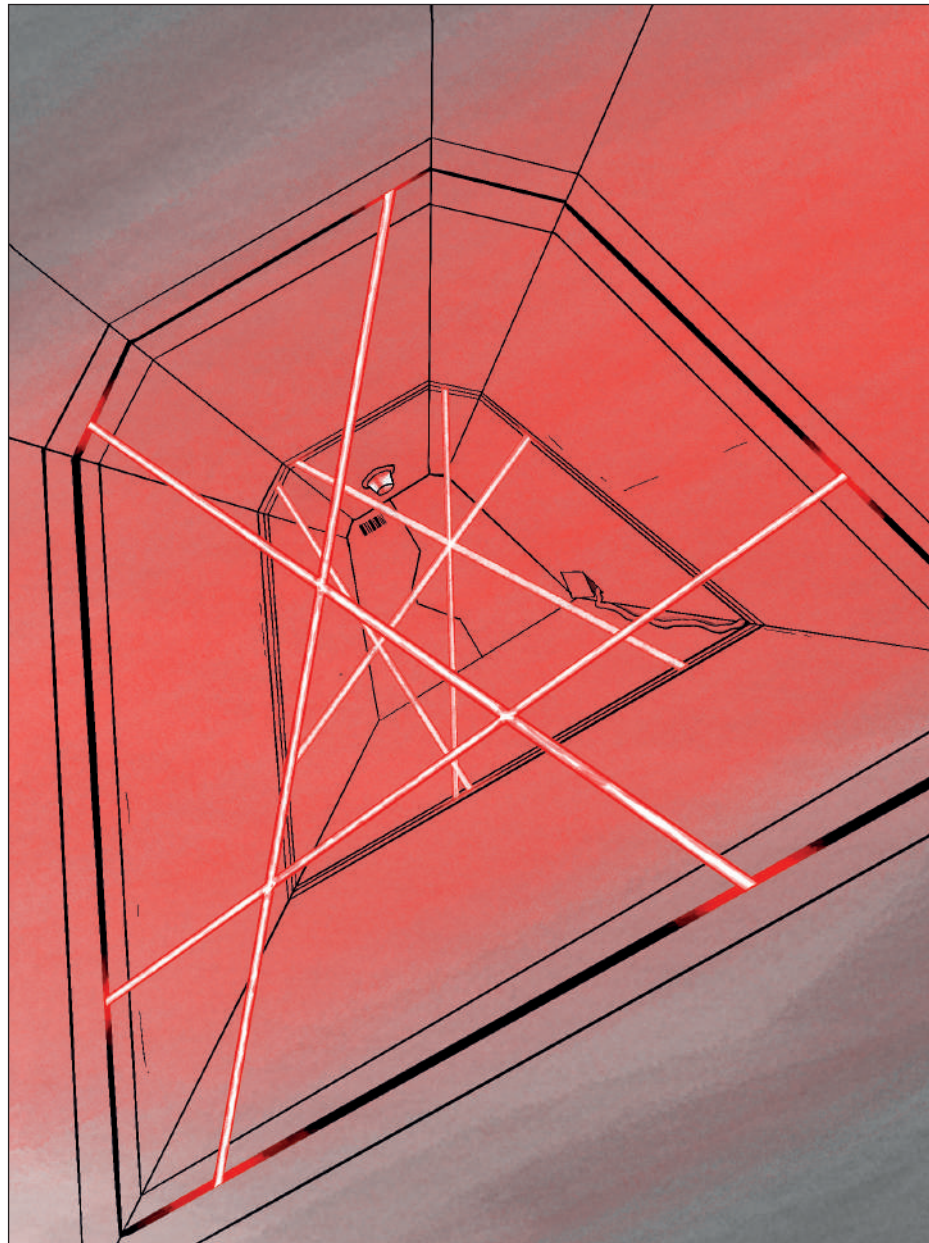
Antagonistas



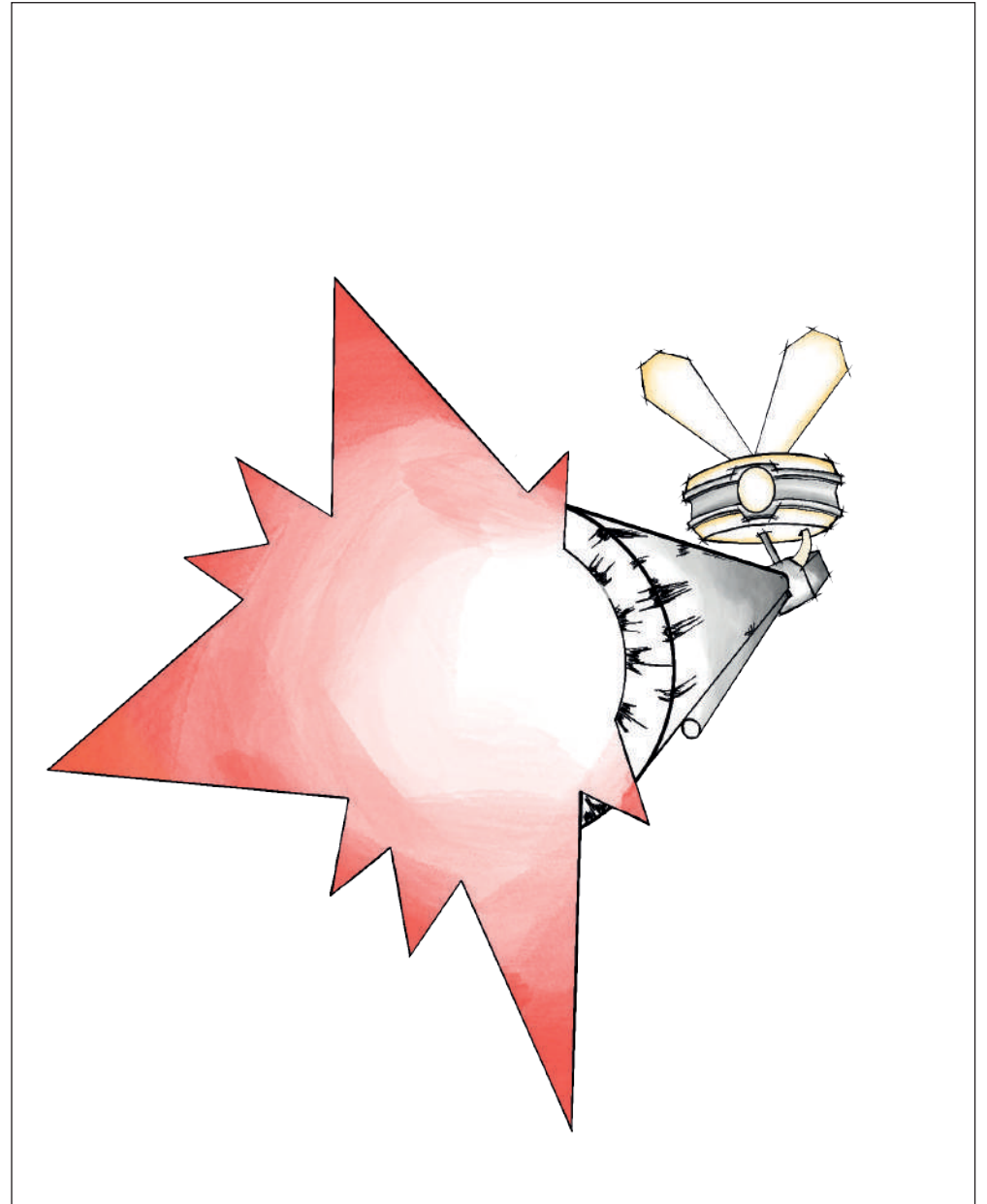
Ilustraciones de evento



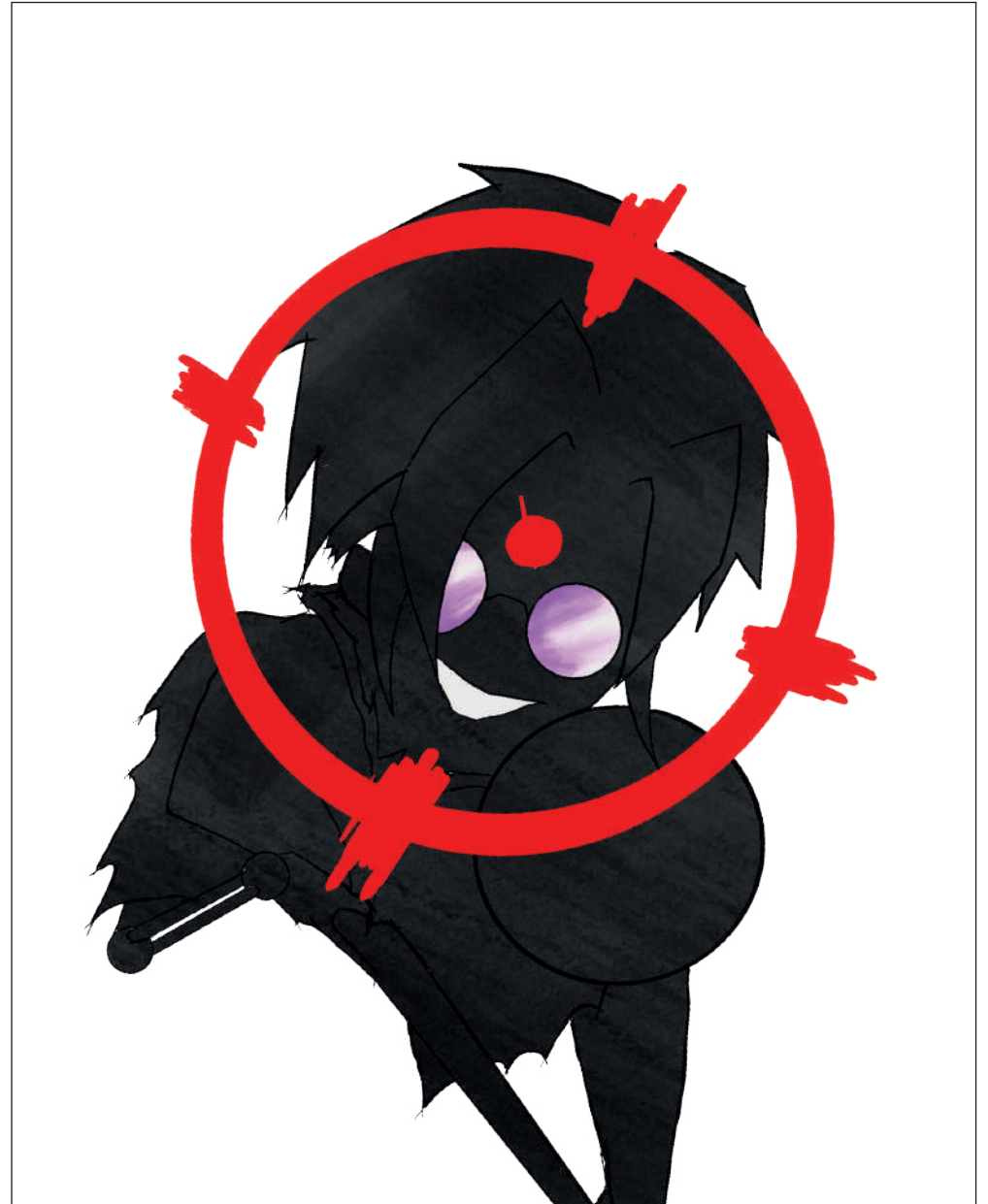
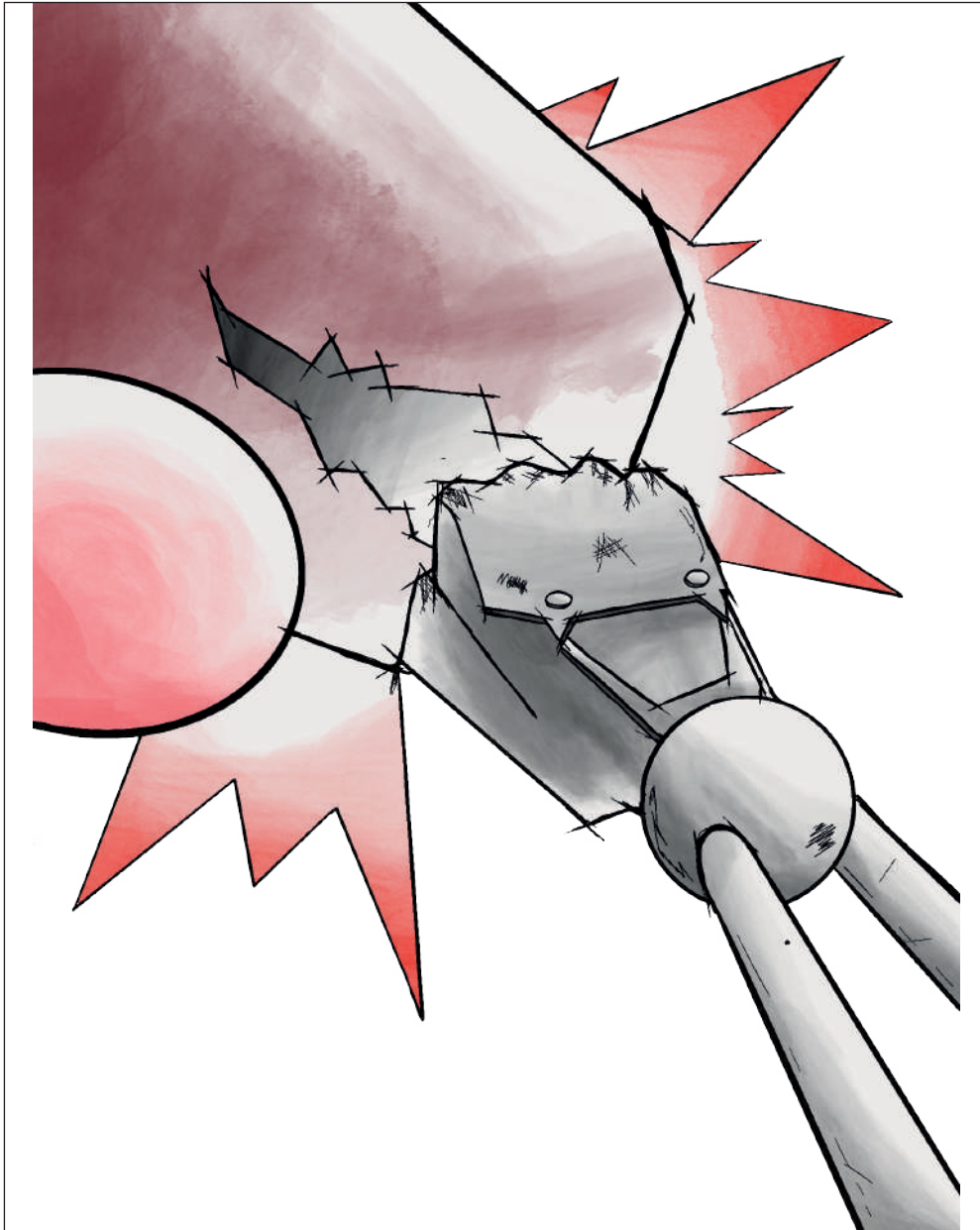
Ilustraciones de evento



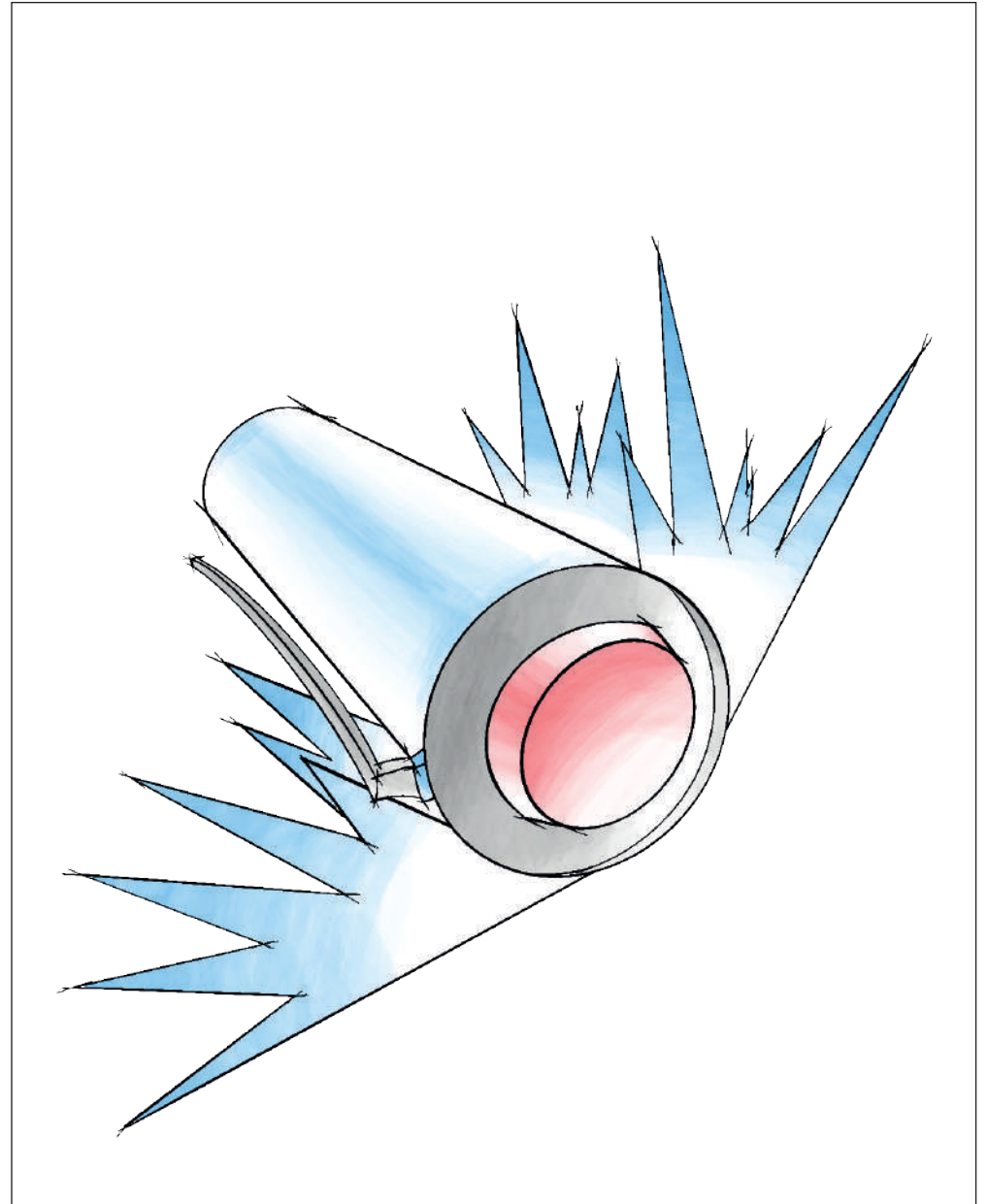
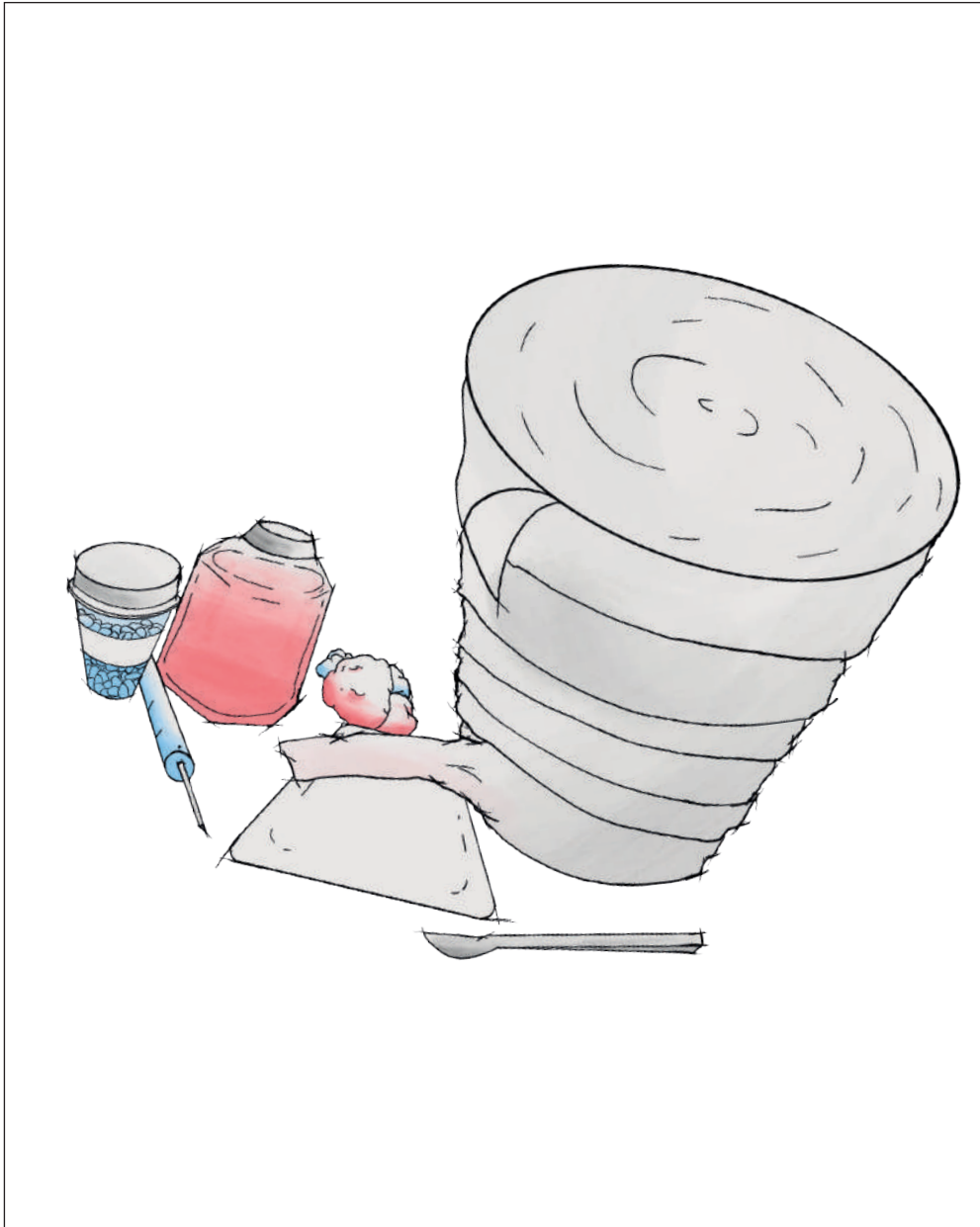
Ilustraciones de habilidad



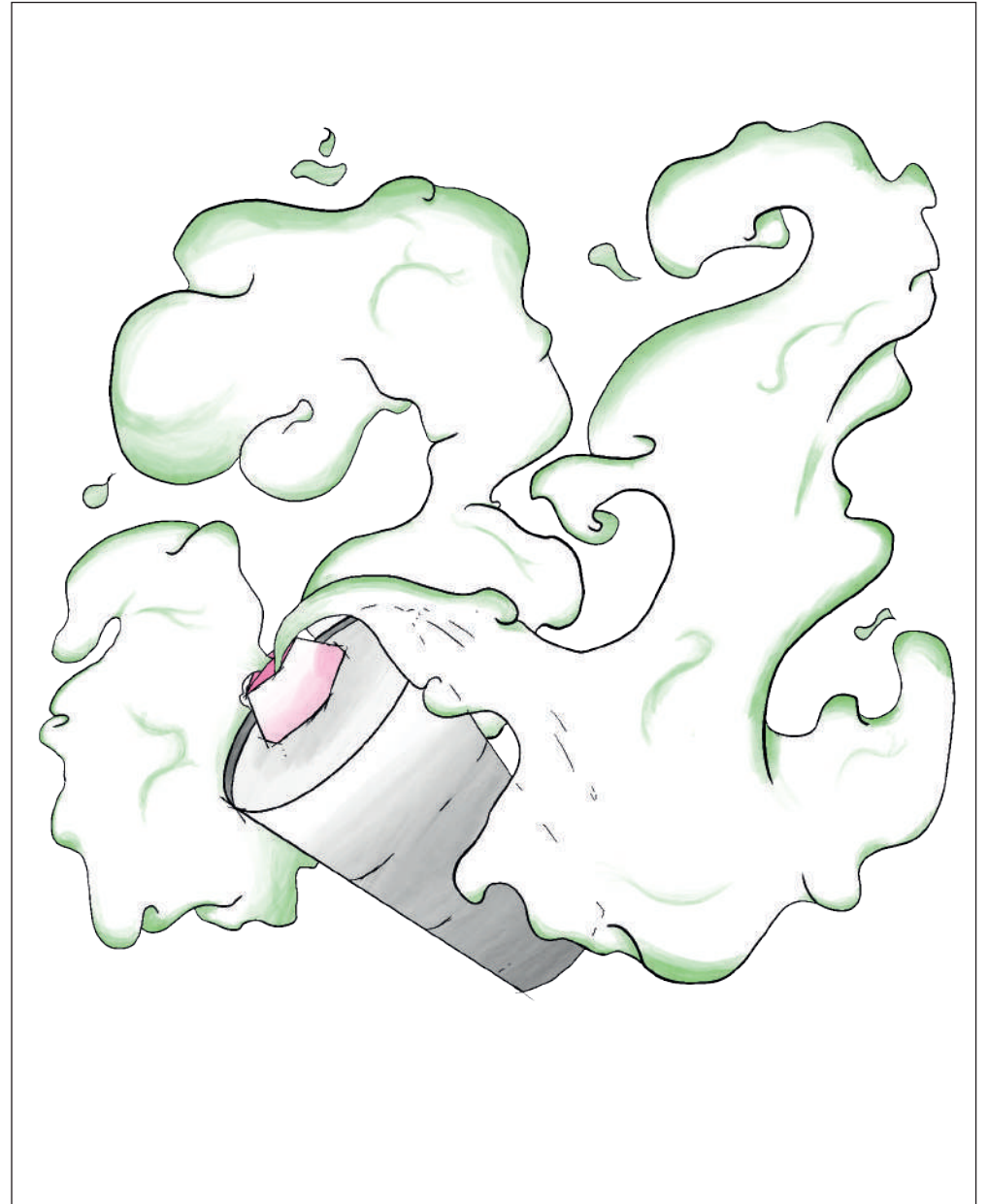
Ilustraciones de habilidad



Ilustraciones de habilidad



Ilustraciones de habilidad



7. Boceto preeliminar de la web

Versión preliminar de la página web

exo. VENUS-01 inicio personajes enemigos jefes objetivos comercio



DERROTA A MEDUSA

Exo Venus-01 es un juego de mesa cooperativo de 2 a 4 jugadores en el que jugarán como uno de los 4 héroes de Venus para derrotar a la corporación MEDUSA.

PERSONAJES



Akira ofrece protección a sus aliados al mismo tiempo que hostiga a los enemigos con su daño de salpicadura.

ENEMIGOS




ENEMIGOS

Durante su incursión en Venus-01, se encontrarán diferentes tipos de enemigos autómatas que harán todo lo posible por detenerlos.

JEFES FINALES



MENTE MAESTRA

La Mente Maestra actúa como una capataz entre los autómatas. Esta máquina no está diseñada para la tala o la extracción de minerales, sino para dar órdenes de trabajo o de batalla.

OBJETIVOS



Versión preliminar de la página web

OBJETIVOS



Para conseguir la victoria, deberán hacerse con varios objetos clave en la partida, como llaves o códigos de acceso.

INTERCAMBIOS



En ocasiones podrán intercambiar objetos clave a cambio de recursos que podrían ser de gran ayuda.

COMBATES



Resuelvan los combates basados en el posicionamiento a través de la comunicación y cooperación con sus compañeros

COMBATES



- Inicio
 - Personajes
 - Enemigos
 - Jefes finales
 - Objetivos
 - Intercambios
 - Combates
- Sobre nosotros
 - Instrucciones
 - Otros juegos
- Contacto
 - FAQ
 - Twitter
 - Instagram
 - Discord

¡Suscríbete a nuestro newsletter para estar al día de las últimas novedades!

Email

8. Versión final de página web



VENUS

CONTENIDO ▾

CONTACTO

COMPRAR



exo. VENUS

Descubre el un juego que toma como ejemplo a los principales dungeon crawlers, pero con un nuevo enfoque: la cooperación.

COMPRAR



Contenido de la caja

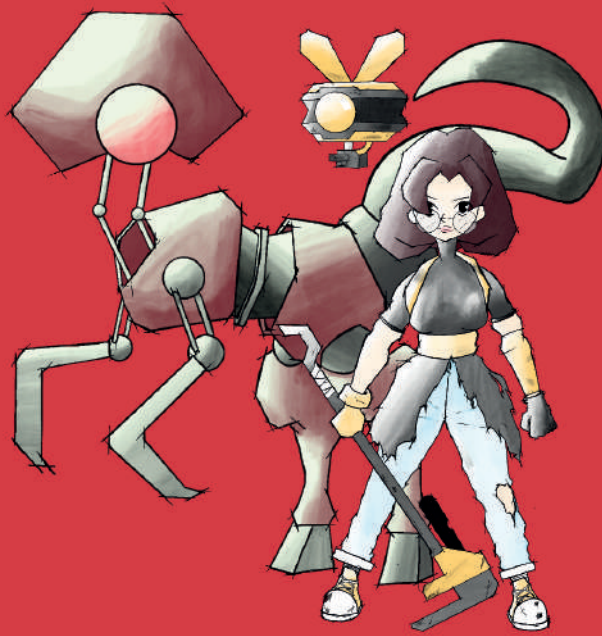
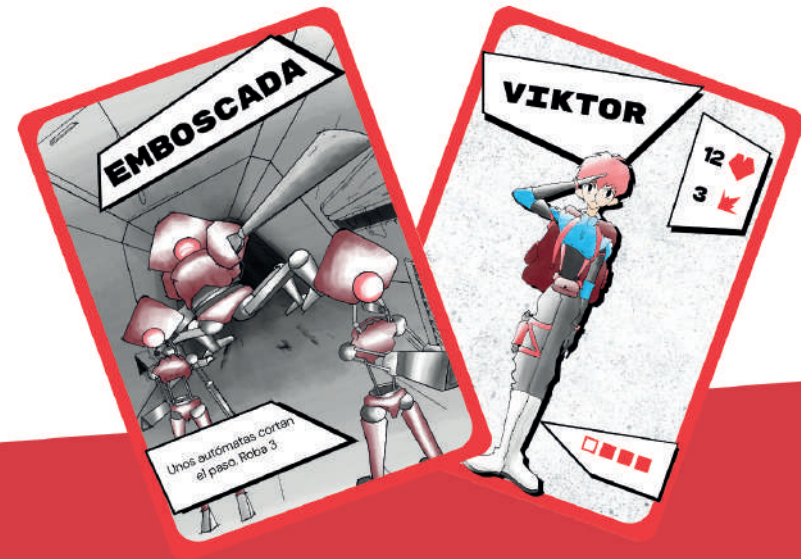


La caja incluye:
86 cartas de juego, 1 manual de instrucciones y un dado

Conceptos básicos

Consulta las bases del juego o descarga las instrucciones del juego para aprender en profundidad el funcionamiento de las mecánicas

[Cómo jugar](#)



Personajes

Descubre los personajes de Venus para conocer su estilo de juego y su trasfondo.

[Personajes](#)



VENUS

CONTENIDO ▾

CONTACTO

COMPRAR



Cómo jugar

EXO Venus cuenta con un sistema de juego diseñado para ser lo más accesible posible, que sintetiza en 4 pasos todas las acciones necesarias para completar un turno.



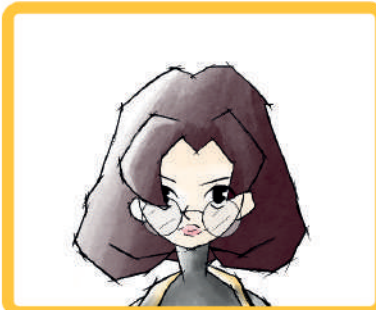
1. Juega una carta

Si dispones de una carta que puedas jugar, por ejemplo, para evitar un combate, puedes hacerlo en el primer paso de tu turno.



Personajes

AKIRA



Nombre: Suzuki, Akira
Género: Femenino
Edad: 24
Altura: 1,68m

Akira Suzuki llegó a Venus cuando era una niña desde tierras lejanas. Desde una edad muy temprana mostró interés por la mecánica y las máquinas. Desde entonces ha estudiado la manera de minimizar el impacto ambiental de las mismas, lo que la ha llevado a convertirse en la ingeniera más relevante del territorio.



HABILIDADES



Las habilidades de Akira permiten hostigar a todos los enemigos a la vez, así como proteger a sus aliados.



VENUS

CONTENIDO ▾

CONTACTO

COMPRAR



Tienda

Buscar...

Ordenar por: Relevancia



EXO Venus
19,99 EUR.



Camiseta Akira
19,99 EUR.



Camiseta Joel
19,99 EUR.





VENUS

CONTENIDO ▾

CONTACTO

COMPRAR



Tienda



EXO Venus

€19,99 EUR

4.2/5 ★ | 52 Valoraciones de usuarios

¡Pocas unidades en stock!

Descubre este dungeon crawler cooperativo en el que lucharás contra MEDUSA para salvar la isla de Venus.

EDAD: +14

2-4
JUGADORES

20 MIN

COMPRAR

9. Servidor público de Discord

Servidor de Discord



10. Manual de identidad corporativa

Manual de identidad corporativa



Juan Jesús García González
Trabajo de Fin de Grado
Grado en Diseño 2022-23
Universidad de La Laguna





Autor

Juan Jesús García González

Tutoras

Noa Real García

Soheila Pirasteh Karimzadeh Tabrizi

Facultad de Bellas Artes

Grado en Diseño

Facultad de Bellas Artes

Universidad de La Laguna

Curso Académico 2023-2024

Exo Venus

Este proyecto y manual recoge la creación de la marca de juegos de mesa: Exo, así como su aplicación con uno de los juegos Exo Venus. El propósito detrás de este proyecto

Este manual recoge toda la información acerca de la marca creada, así como las normas para su correcta aplicación. Las formas representadas en este manual son las únicas formas que se aceptan de la representación de la marca.

A través del cumplimiento de las normas, se busca construir una identidad sólida y que sea fácilmente memorable para los clientes.

Índice

Construcción de la marca Página 6

- Elementos básicos de la identidad visual
- Construcción y estudio del logotipo
- Versiones en positivo y negativo del logotipo
- Construcción y estudio del imagotipo
- Versiones en positivo, negativo y escala de grises del imagotipo
- Construcción y estudio del conjunto visual identificador (CVI)
- Versiones del CVI en positivo, negativo y escala de grises
- Área de protección
- Tamaños mínimos de reducción

Tipografías corporativas Página 16

- Tipografía principal
- Tipografía secundaria

Colores corporativos Página 19

- Color principal
- Color secundario
- Uso de la marca sobre fondos del color principal
- Uso de la marca sobre fondos de los colores secundarios

Papelería corporativa Página 24

- Primera hoja de carta
- Segunda hoja de carta
- Sobre apaisado liso
- Tarjeta comercial
- Carpeta dossier

Material pop y merchandising Página 30

- Camisetas
- Totebag
- Stickers
- Libreta
- Tapete de juego
- Carteles promocionales
- Exo Venus

Web y redes sociales..... Página 44

- Página web
- Perfil de Instagram
- Servidor de Discord

Construcción de la marca

1.1 Elementos básicos de la identidad visual

Los elementos mostrados a continuación representan los ejes centrales de la identidad del proyecto. Estos son los símbolos que componen el conjunto identificador, así como los colores y las tipografías.

EXO.

Logotipo



Conjunto visual identificador



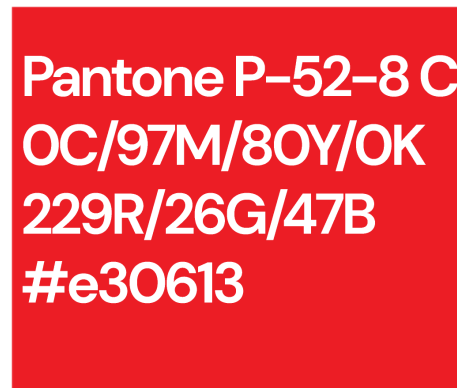
Símbolo

DM Sans Bold
ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopq
rstuvwxyz
0123456789

Tipografía corporativa

Times New Roman Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopq
rstuvwxyz
0123456789

Tipografía complementaria



Color corporativo

1.2. Construcción y estudio del logotipo

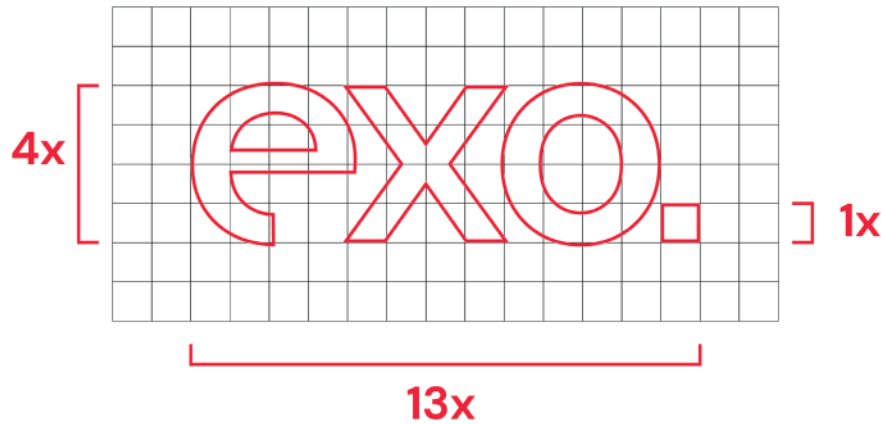
El logotipo de la identidad corporativa resulta una pieza central del desarrollo de la marca, pues "EXO" actúa como "marca madre", es decir, a la hora de realizar la identidad visual referente a otros juegos, este será el elemento común entre ellas.

El logotipo tiene el objetivo de ser claro y tener un alto grado de pregnancia, así como buena legibilidad. Por eso se eligió la DM Sans como tipografía corporativa y se construyó el logotipo a partir de la misma. Tras realizar algunas modificaciones en el cuerpo de la tipografía y los ajustes de kerning, se consiguió el resultado final.

Se optó por usar figuras con un cuerpo ancho y anguloso para acercar la marca a esa sensación de resistencia.

La medida de referencia fue el punto final.

Estos elementos deben ser utilizados tal y como se muestran.



1.3. Versiones del logotipo en positivo, negativo

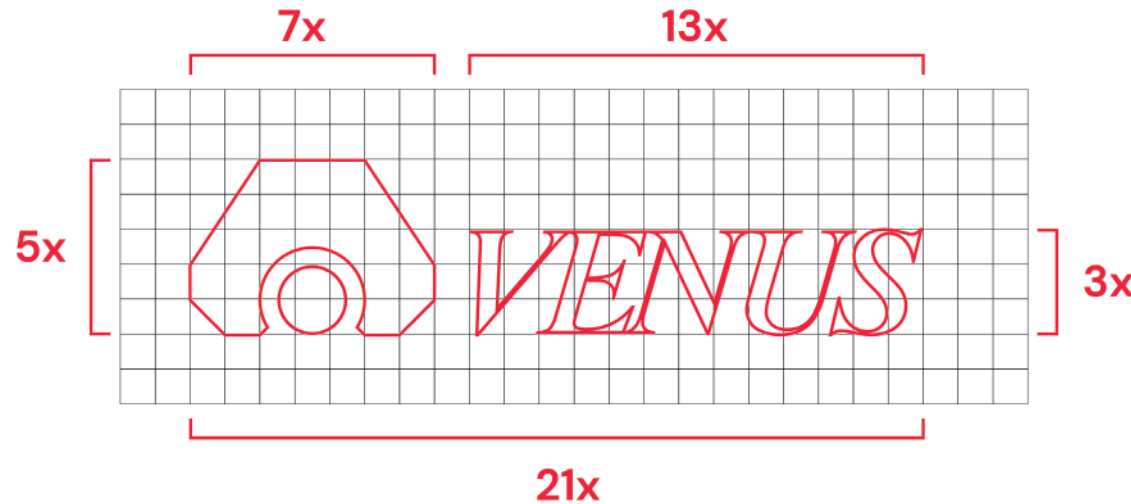
A continuación se muestra como debe ser utilizado el logotipo en distintas situaciones con sus colores corporativos.



Versión en positivo del logotipo



Versión en negativo del logotipo



Estudio y construcción del isotipo



Estudio y construcción del isotipo

1.4. Construcción y estudio del imagotipo

El imagotipo es la parte de la identidad creada específicamente para este proyecto.

Este muestra un símbolo o icono que guarda relación directa con el diseño de personajes del juego, mostrándola como una figura protagonista.

En este caso se optó por una tipografía que tuviese un alto contraste con la otra tipografía corporativa, como representación del conflicto en el juego.

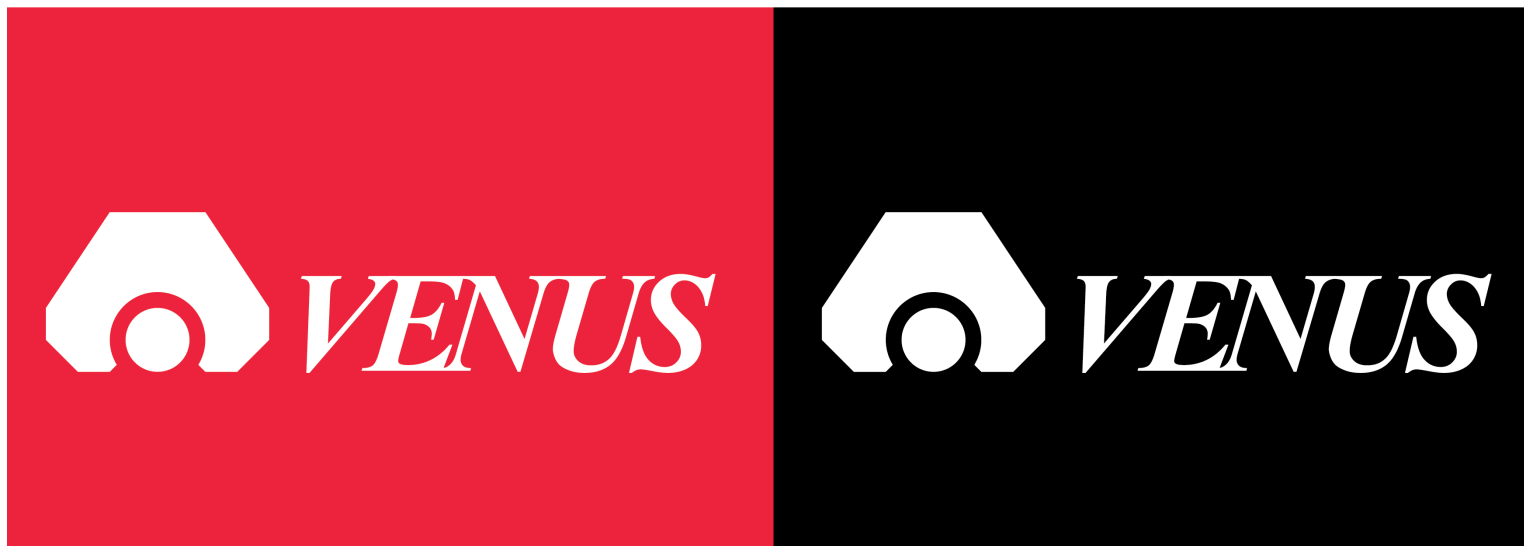
Para reforzar esta idea, el icono se sitúa sobre el texto, fusionándose con este, representando esa incursión que es narrada en el juego.

Respecto a la palabra "Venus-01", el texto fue ligeramente modificado para lograr una mejor disposición global.

La medida de referencia utilizada fue la misma que en la construcción del logotipo, facilitando así la integración de elementos.

1.5. Versiones del imago tipo en positivo, negativo y escala de grises

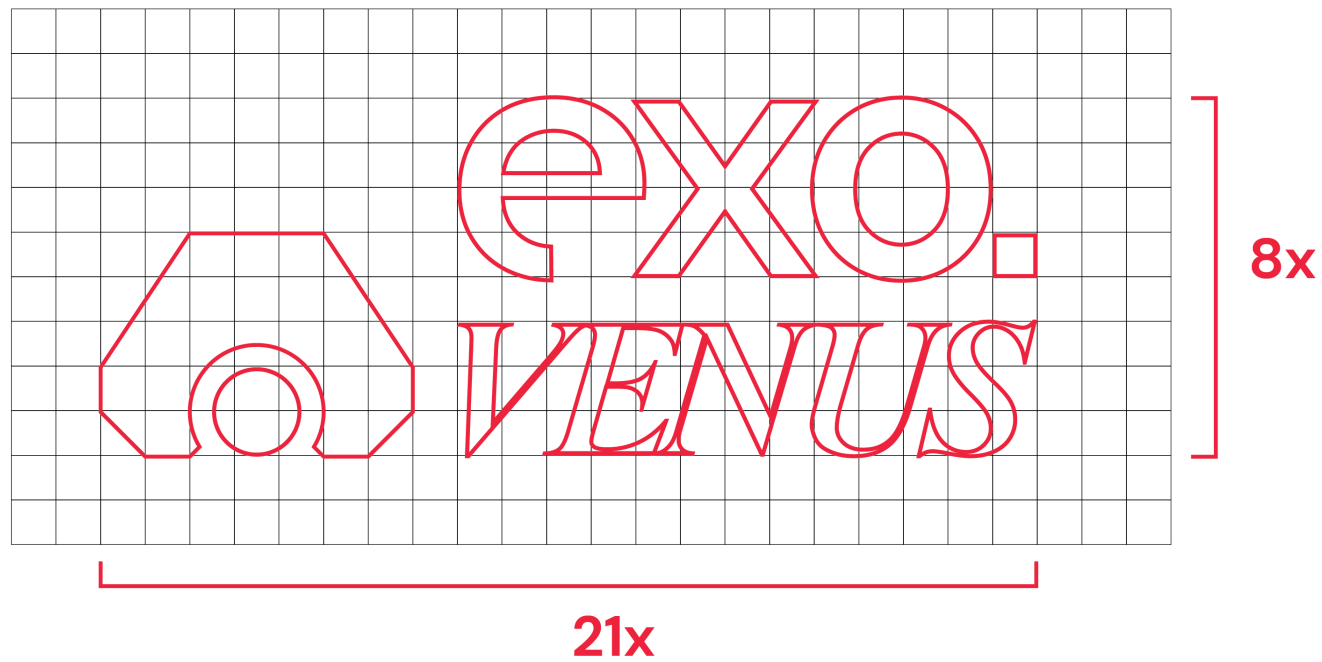
A continuación se muestra como debe ser utilizado el imago tipo en distintas situaciones con sus colores corporativos.



Versiones del imago tipo en positivo, negativo y escala de grises

1.6. Construcción y estudio del conjunto visual identificador

Una vez se diseñaron todos los elementos de la identidad, se agruparon para crear el conjunto visual identificador.



Construcción y estudio del conjunto visual identificador

1.7. Versiones del conjunto visual identificador en positivo, negativo y escala de grises

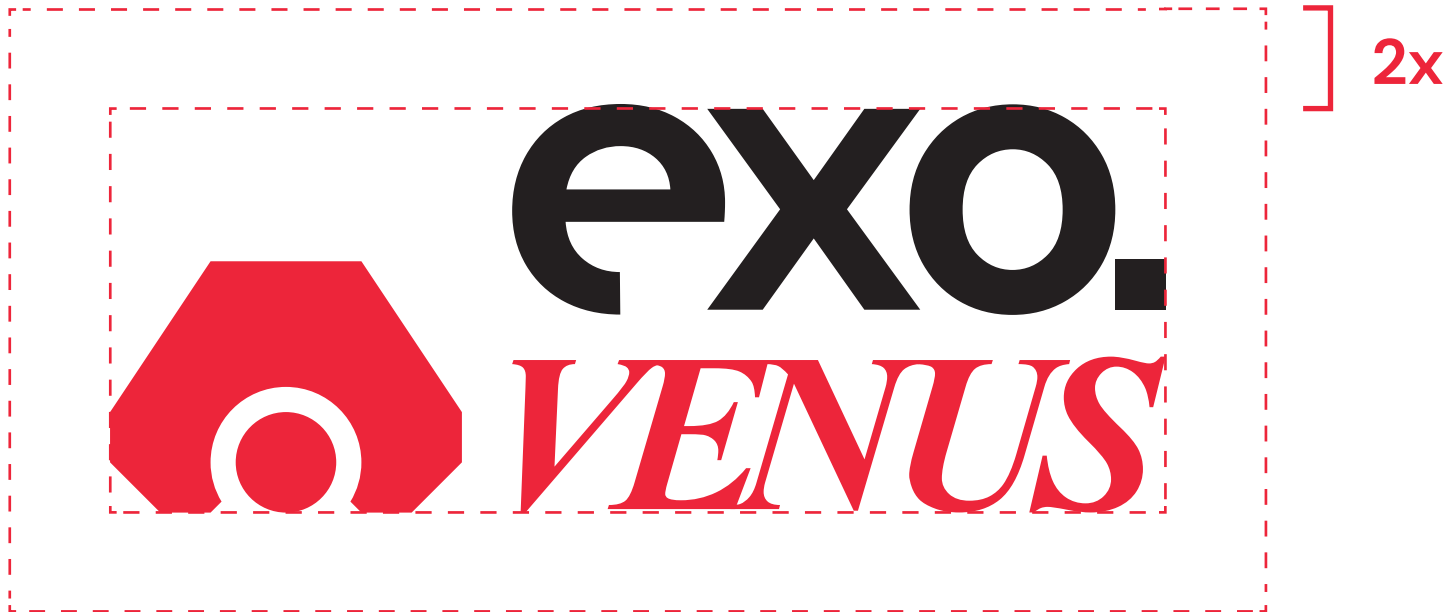
A continuación se muestra como debe ser representado el conjunto visual identificador en sus versiones positivas y negativas.



Versiones en positivo, negativo y escala de grises del conjunto visual identificador

1.8. Área de protección

A continuación se muestra el área de protección del CVI, es decir, un espacio seguro alrededor del mismo donde no puede colocarse ningún elemento. La pieza utilizada para definir dicha distancia fue, una vez más, el punto final del logotipo.



1.9. Tamaños mínimos de reducción

A continuación se muestran los tamaños mínimos de reducción del conjunto visual identificador, así como del símbolo.



Tipografías corporativas

DM Sans

Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopq
rstuvwxyz

Italic

*ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopq
rstuvwxyz*

Bold

**ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopq
rstuvwxyz**

***Bold
Italic***

***ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopq
rstuvwxyz***

2.1. Tipografía principal

La tipografía corporativa principal elegida fue la DM Sans, una tipografía de trazo grueso. Esta tipografía fue elegida ya que resulta idónea tanto para títulos o subtítulos como para textos más largos.

Times New Roman

Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopq
rstuvwxyz

Italic

*ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopq
rstuvwxyz*

Bold

**ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopq
rstuvwxyz**

***Bold
Italic***

***ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopq
rstuvwxyz***

2.2. Tipografía complementaria

La tipografía complementaria, la Times New Roman, fue elegida teniendo en cuenta la estética que quería conseguirse en conjunto visual identificador.

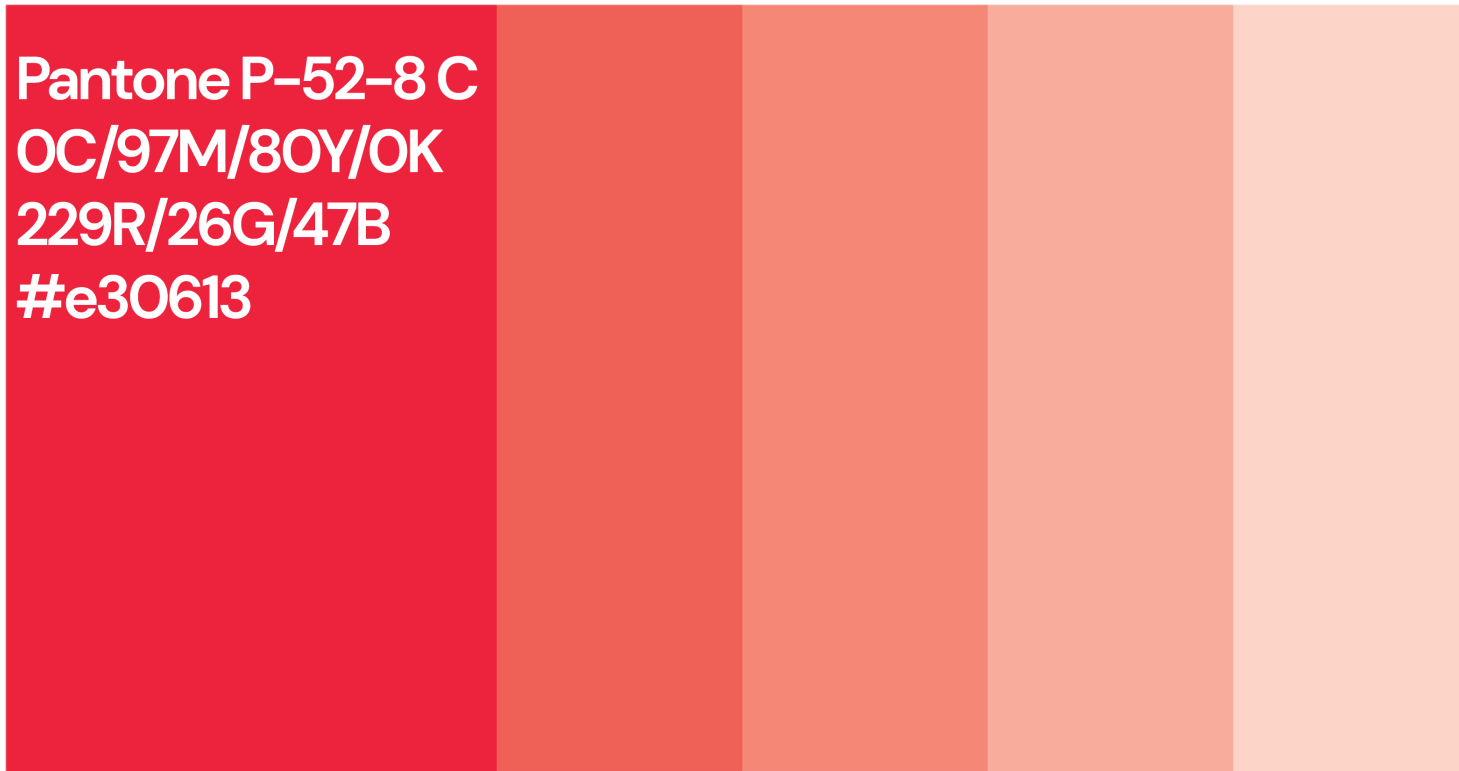
Uno de los puntos que más se tuvieron en cuenta para elegirla fue el alto contraste que esta tiene con la tipografía principal.

Además, siendo una tipografía tan conocida, se puede identificar y leer más fácilmente.

Tipografía corporativa complementaria: Times New Roman

Colores corporativos

3.1. Color principal



El color corporativo es utilizado como elemento identificativo de la marca. En el caso de la marca EXO, el color se utiliza para diferenciar los juegos entre sí, es decir, cada juego utiliza un color diferente.

Para Venus-01 se eligió el color rojo como representación del concepto de peligro o amenaza que está presente en el juego.

A continuación, se exponen los distintos tonos del color elegido, así como sus valores en los distintos códigos de colores.

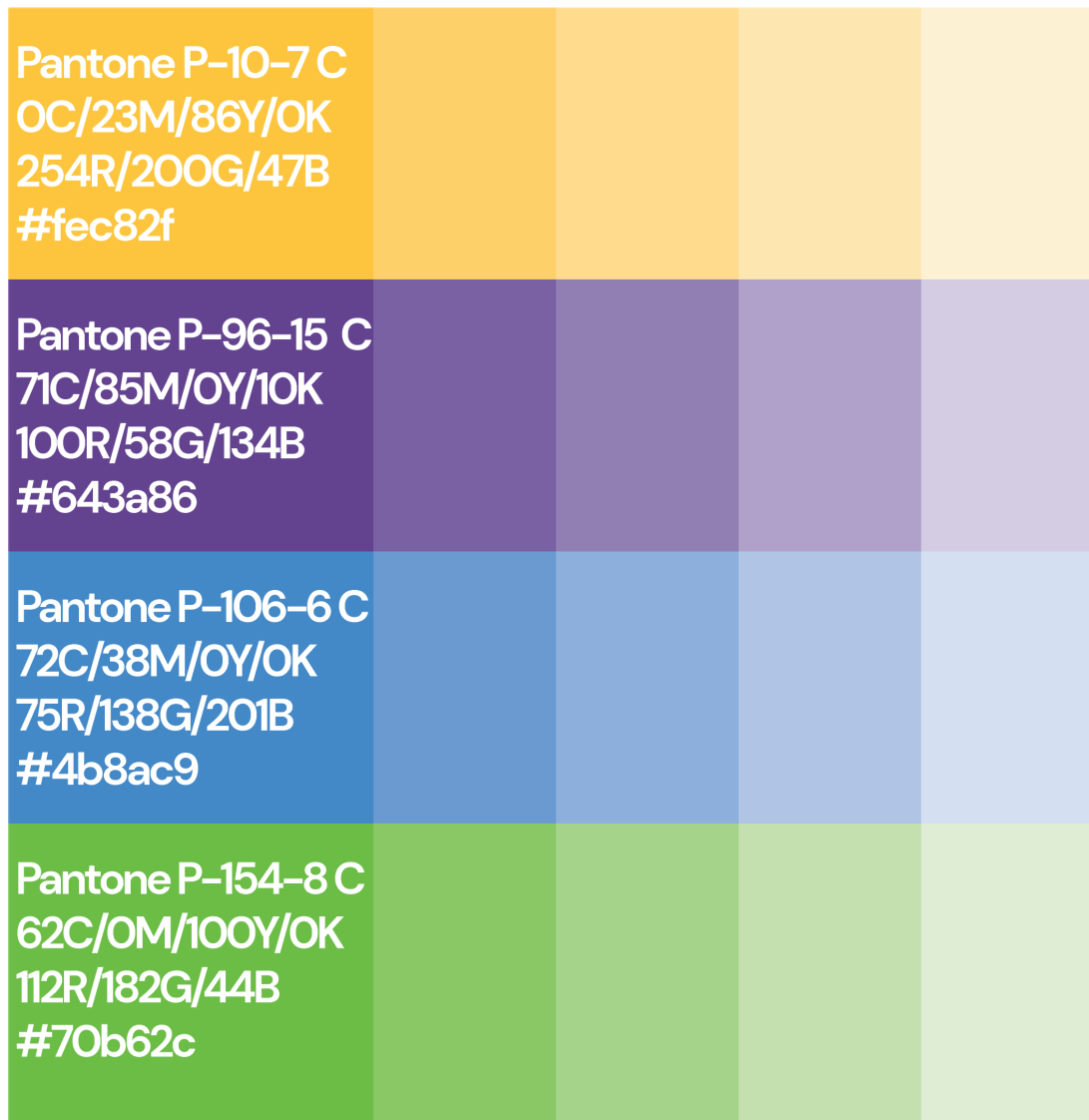
Matices del color principal: Pantone P-52-8 C

3.2. Color secundario

Como colores secundarios se han elegido aquellos colores utilizados en el diseño de los personajes del juego.

Estas paletas solo se usarán como complementarias

A continuación, se exponen los distintos tonos del color elegido, así como sus valores en los distintos códigos de colores.



Matices de los colores secundarios

3.3. Uso de la marca sobre fondos del color principal

A continuación se muestra cómo debe aplicarse la marca sobre fondos del color corporativo.

Durante la construcción del marca se determinó que la proporción de contraste entre los componentes gráficos y el fondo ha de ser siempre superior a 1,3/1.



Uso de la marca sobre fondos del color principal

3.4. Uso de la marca sobre fondos de los colores secundarios

A continuación se muestra cómo debe aplicarse la marca sobre fondos de los colores secundarios.

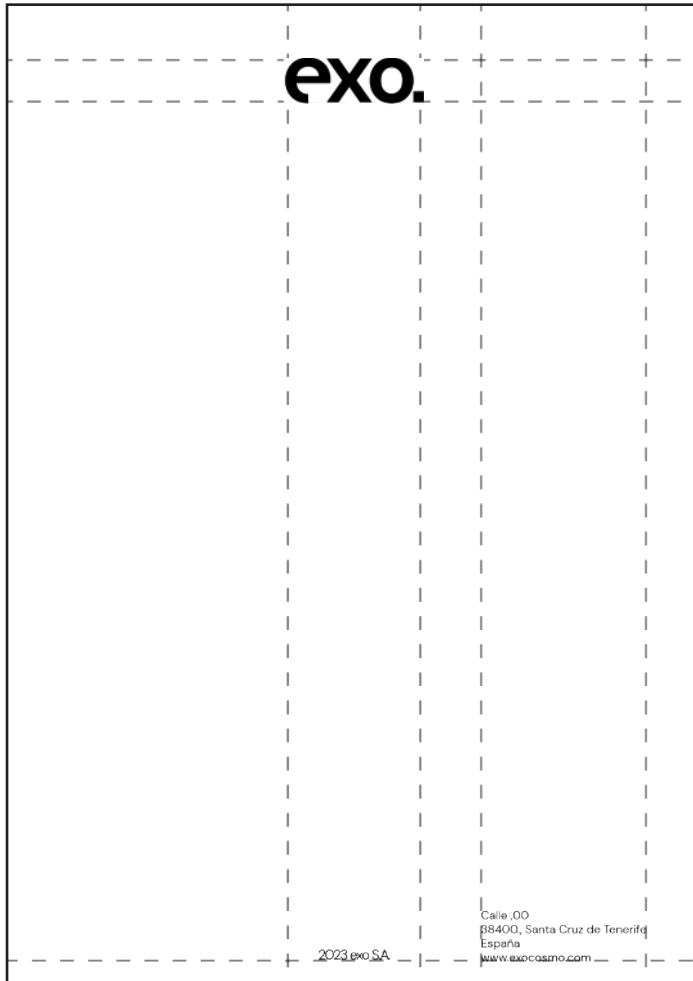
Durante la construcción del marca se determinó que la proporción de contraste entre los componentes gráficos y el fondo ha de ser siempre superior a 1,3/1.



Uso de la marca sobre fondos de los colores secundarios

Papelería corporativa

4.1. Primera hoja de carta



4.2. Segunda hoja de carta

exo.

1

exo.

Lorem ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonum- my nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonum- my nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonum- my nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonum- my nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonum- my nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonum- my nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit

1

4.3. Sobre apaisado liso



4.4. Tarjeta comercial

Medidas: 85 x 55mm

Soporte: 340gr/m²



4.5. Carpeta dossier

Medidas: 420 x 297 mm



Material pop y merchandising



Camiseta 100% algodón, impresión en serigrafía



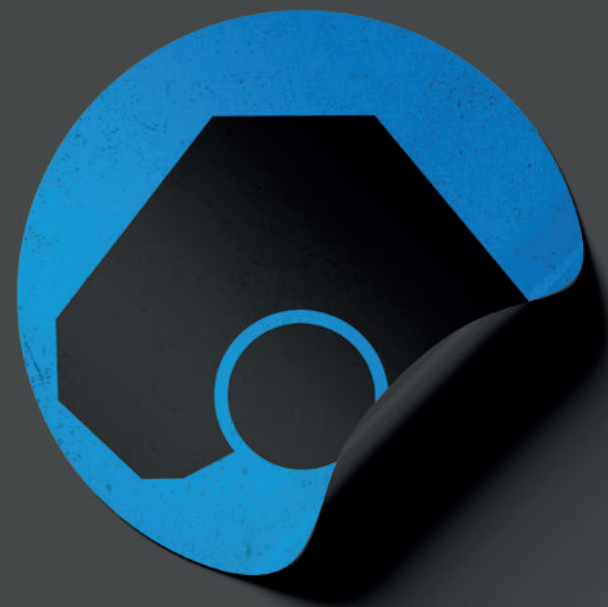
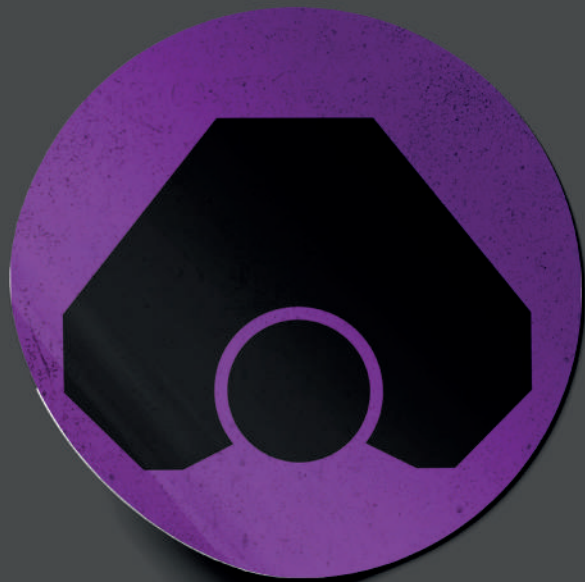
Camiseta 100% algodón, impresión en serigrafía



Camiseta 100% algodón, impresión en serigrafía



Tote bag de algodón, impresión en serigrafía



Papel estucado adhesivo, 90 gr/m²

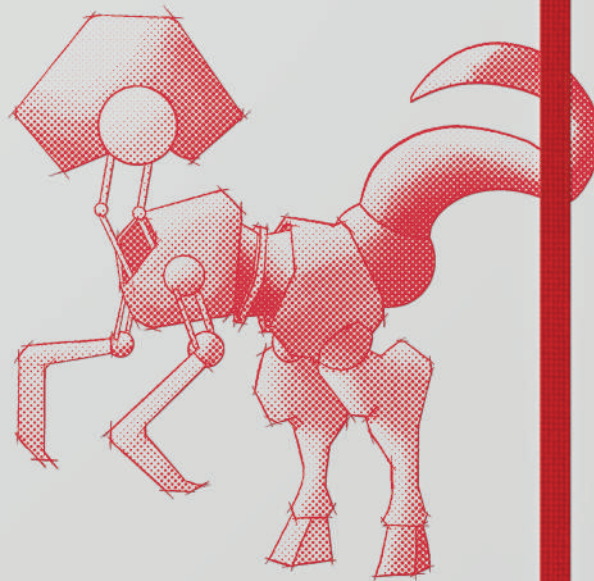


Taza de cerámica, impresión digital



Taza de cerámica, impresión digital

exo.
VENUS



*El Ferro Cazador es un
modelo de autómatas
diseñador para la
supervisión y la
recolección de
diversos recursos*

//Medusa Inc.



Tapete de juego, impresión digital

exocosmos.es

El dungeon crawler
que combina lo mejor
de Munchkin™ y Darkest Dungeon™



Altura: 196m
Edad: 33

Matilda se posiciona como una de las principales figuras de la resistencia de Venus. Su aptitud y estrategia para la batalla la hacen temible incluso para los autómatas de MEDUSA.



MATILDA
La líder



*"Exo Venus" y "Exo Cosmos" son marcas registradas. Las ilustraciones y gráficos mostrados son propiedad intelectual de Exo Cosmos (2023-2024). Diseñado e ilustrado por Juan Jesús García González.

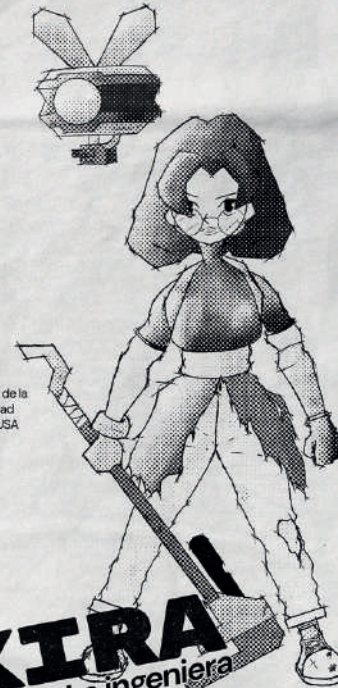
exocosmos.es

El dungeon crawler
que combina lo mejor
de Munchkin™ y Darkest Dungeon™



Altura: 168m
Edad: 24

Akira ha conseguido revolucionar el campo de la robótica. En la actualidad combate contra MEDUSA junto a sus ayudantes robóticos.



AKIRA
La ingeniera



*"Exo Venus" y "Exo Cosmos" son marcas registradas. Las ilustraciones y gráficos mostrados son propiedad intelectual de Exo Cosmos (2023-2024). Diseñado e ilustrado por Juan Jesús García González.

exocosmos.es

El dungeon crawler
que combina lo mejor
de Munchkin™ y Darkest Dungeon™



Altura: 1,74m
Edad: ■

Joel
■■■■■■■■■■
■■■■■■■■■■ derrotar a
MEDUSA
■■■■■■■■■■



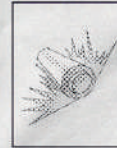
JOEL
Le espía

exo.
VENUS

*"Exo Venus" y "Exo Cosmos" son marcas registradas. Las ilustraciones y gráficos mostrados son propiedad intelectual de Exo Cosmos (2023-2024). Diseñado e ilustrado por Juan Jesús García González.

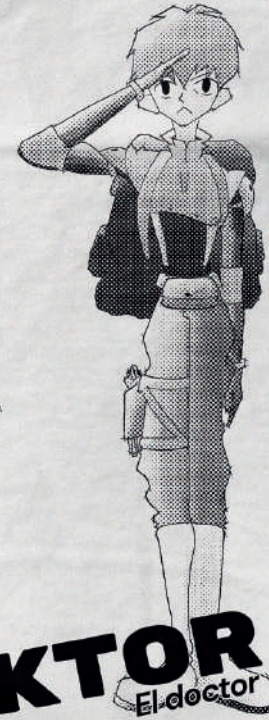
exocosmos.es

El dungeon crawler
que combina lo mejor
de Munchkin™ y Darkest Dungeon™



Altura: 1,80m
Edad: 28

Tras convertirse en médico,
Viktor decidió dedicar sus
esfuerzos en los lugares en
los que fuese necesario, lo
cual lo llevó a Venus para
luchar contra MEDUSA.

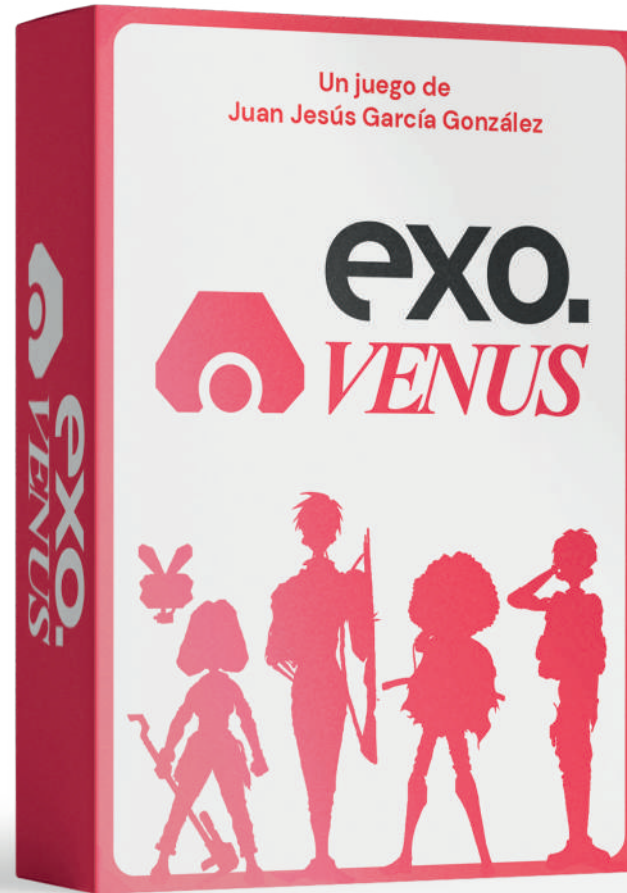


VIKTOR
El doctor

exo.
VENUS

*"Exo Venus" y "Exo Cosmos" son marcas registradas. Las ilustraciones y gráficos mostrados son propiedad intelectual de Exo Cosmos (2023-2024). Diseñado e ilustrado por Juan Jesús García González.

Carteles promocionales, 150gr/m², impresión en offset



Exo Venus.

Caja: Doble cartoncillo 200gr/m², cubierta cartoncillo 200gr/m² laminado



Exo Venus.

Cartas: Papel naípe 300gr/m²

Página web y redes sociales

[VENUS](#)[CONTENIDO](#)[CONTACTO](#)[COMPRAR](#)

exo. VENUS

Descubre el un juego que toma como ejemplo a los principales dungeon crawlers, pero con un nuevo enfoque: la cooperación.

[COMPRAR](#)

AKIRA



Nombre: Suzuki, Akira
Género: Femenino
Edad: 24
Altura: 168m

Akira Suzuki llegó a Venus cuando era una niña desde tierras lejanas. Desde una edad muy temprana mostró interés por la mecánica y las máquinas. Desde entonces ha estudiado la manera de minimizar el impacto ambiental de las mismas, lo que la ha llevado a convertirse en la ingeniera más relevante del territorio.



HABILIDADES



Las habilidades de Akira permiten hostigar a todos los enemigos a la vez, así como proteger a sus aliados.



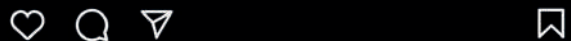
9:41



← Publicaciones

Seguir

EXO. exo.cosmo



exo.cosmo Descubre exo Venus-01, nuestro nuevo juego de mesa cooperativo en exocosmo.com

Hace 5 minutos

