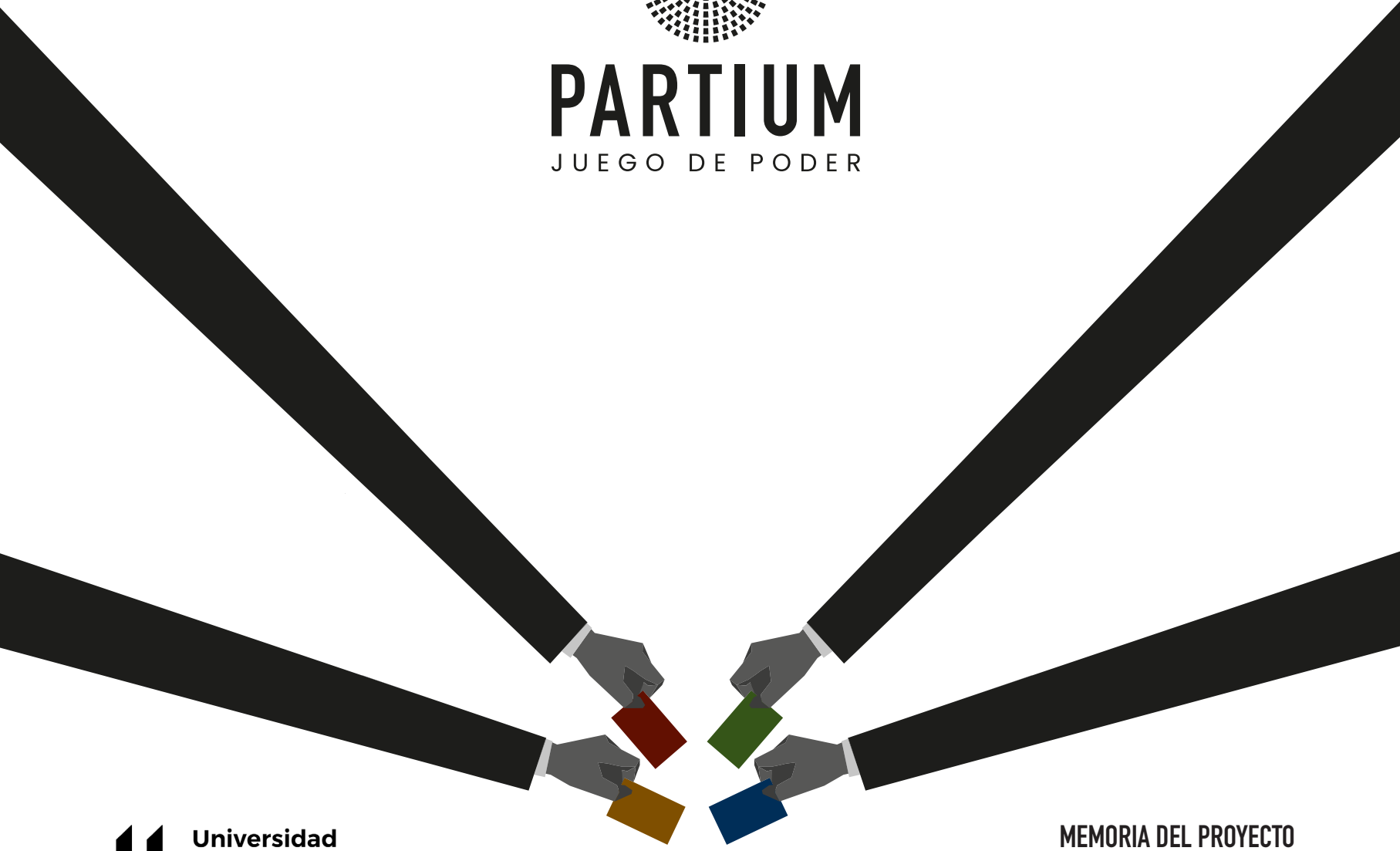


# PARTIUM

JUEGO DE PODER

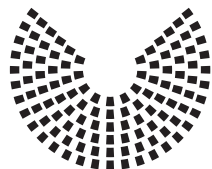


 **Universidad**  
de La Laguna

**MEMORIA DEL PROYECTO**  
Rebeca Ferrer Clemente







# **PARTIUM**

JUEGO DE PODER

CREACIÓN Y DISEÑO DE UN JUEGO DE MESA POLÍTICO



**Autora**

Rebeca Emperatriz Ferrer Clemente

**Tutora**

Dra. Soheila Pirasteh Karimzadeh Tabrizi

**Facultad de Bellas Artes**

Grado en Diseño

Universidad de La Laguna

Promoción 2017 - 2021

Curso Académico 2020 - 2021

Reservados todos los derechos. No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión por cualquier forma o cualquier medio sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright.

La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual

© 2021, PARTIUM



**Universidad**  
de La Laguna



Partium es un juego de mesa que nace a partir de una reflexión personal sobre el conocimiento de la política.

*Nacer en un país como Venezuela, donde por más de veinte años se ha desarrollado una sola etapa política ha ocasionado limitaciones al conocimiento real de lo político. Durante el tiempo que viví allí solo he conocido dos bandos: los azules y los rojos, y las personas que me rodeaban no sabían explicar realmente porque era importante apoyar a uno y no a otros. Considero que los venezolanos llevan consigo un gran desconocimiento de los partidos, los líderes y sus promesas, y si realmente se les ofreciera una capacidad para adquirir los mínimos conocimientos de esta materia, se pudiera desarrollar una democracia justa, transparente y sincera. El choque de realidad y la inspiración de diseñar una estrategia de aprendizaje sobre política llegó cuando una persona cercana a mi entorno actual hablaba con tanta inspiración de los temas referentes a la política: el pensamiento crítico de esta persona para poder leer noticias que señalaban las acciones de los líderes y sacar sus propias conclusiones. Apenas me di la oportunidad de aprender y leer un poco sobre las ideologías y los diferentes partidos, me di cuenta que era capaz de entender un poco más el mundo actual, lo que proponen los políticos y lo que realmente hacen o cumplen. Mi deseo es que todas las personas puedan tener la misma oportunidad que he tenido de aprender y conocer el mundo político, para así tener un pensamiento crítico y poder tomar las decisiones que mejor se ajusten a sus intereses como sociedad.*



Son muchas las personas que han estado apoyandome a lo largo de este proyecto y por la cual quiero agradecer.

En primer lugar, a mi tutora y coordinadora de proyecto Soheila Pirasteh, por siempre hacer que saliese de mi zona de confort y me superase, pero sobre todo por confiar en mis capacidades, por su entusiasmo, apoyo y profesionalidad a lo largo de todo este trayecto.

A María Arrate, por ser la inspiración de este proyecto, por impulsarme a ser mejor persona cada día y por su apoyo incondicional en todo momento.

A Arturo Otaiza y Adrián López, por compartir conmigo todos sus conocimientos sobre el campo de la política y el mundo de los juegos de mesa.

También agradecer a todas esas personas, amigos y familiares, que han estado involucrados emocionalmente en este proyecto, por siempre escuchar mis ideas y emocionarse en cada avance del mismo.

Por último y no menos importante, a mis padres, por ser los pilares de todo esto, por siempre confiar en mí, apoyarme y alentarme a cumplir cada uno de mis objetivos.





## RESUMEN

Siguiendo los estudios realizados a lo largo de este proyecto se puede afirmar un crecimiento notorio en el desinterés del conocimiento político, sobre todo en las nuevas generaciones. Sin embargo, el conocimiento de la política es un componente clave dentro de la sociedad, ya que constituye una fuente de recursos y poder para los ciudadanos, permitiendo llevar a cabo una democracia donde los mismos ciudadanos son capaces de tomar decisiones que beneficien el bien común y personal, mientras que se les obliga a los dirigentes a realizar un gobierno transparente, sincero y acorde a estos intereses. Si se proporcionan correctas estrategias que incentiven la motivación de los ciudadanos y jóvenes hacia temas políticos, es posible que estos desarrollen una base y mejoren sus competencias políticas.

De acuerdo a experiencias y preocupaciones personales junto con las investigaciones iniciales, se decide crear en este Trabajo de Fin de Grado un juego de mesa que sirva como herramienta de aprendizaje, introduciendo diferentes contenidos políticos. Siguiendo la metodología del diseñador Jesse Schell, las competencias adquiridas en el Grado de Diseño y los principios del desarrollo sostenible se crea *Partium*, un juego de mesa diseñado a partir de cero: historia, estructura y experiencia de juego, estilo gráfico, materiales de producción e Identidad Visual del mismo.

**Palabras claves:** creación de juegos, juegos de mesa, diseño editorial, diseño gráfico, ilustración, sostenibilidad

## ABSTRACT

Following the studies carried out throughout this project, a notable growth in the lack of interest in political knowledge can be affirmed, especially in the new generations. However, knowledge of politics is a key component within society, since it constitutes a source of resources and power for citizens, allowing to carry out a democracy where citizens themselves are capable of making decisions that benefit the common good and personal, while the leaders are obliged to carry out a transparent, sincere government according to these interests. If correct strategies are provided that encourage the motivation of citizens and young people towards political issues, it is possible that they develop a knowledge base and improve their political competencies.

According to personal experiences and concerns, and the initial research carried out, it is decided to focus the following Final Degree Project on the creation of a board game that serves as a learning tool for political content such as the different forms of government and political ideologies. Following the methodology of designer Jesse Schell, the skills acquired in the Design Degree and the principles of sustainable development, *Partium* is created, a board game designed from all its aspects: the story, the structure and experience of the game, the graphic style, the production materials and its Visual Identity.

**Keywords:** game creation, board games, editorial design, graphic design, illustration, sustainability.



# ÍNDICE

## 01/ INTRODUCCIÓN

19

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| Planteamiento del problema      | 22 |
| Justificación de la información | 23 |
| Objetivos generales             | 25 |
| Objetivos específicos           | 25 |
| Metodología de investigación    | 26 |
| Cronograma                      | 27 |

22  
23  
25  
25  
26  
27

# 02/ INVESTIGACIÓN PRIMARIA

29

## LA POLÍTICA

|  |    |
|--|----|
| Estado, gobierno, política y sociedad. Interrelación                 | 31 |
| Forma de gobierno. Definición, clasificación y características       | 32 |
| Poderes del Estado. Clasificación y características                  | 34 |
| Ideologías políticas. Definición, clasificación y características    | 35 |
| Selección de un modelo de espectro político                          | 36 |
| Comunismo y socialismo   | 40 |
| Socialdemocracia y socioliberalismo                                  | 41 |
| Fascismo y conservadurismo   | 42 |
| Conservadurismo laico, conservadurismo liberal y liberalismo         | 43 |
| Propuestas y características de las principales ideologías políticas | 43 |

## EL JUEGO

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| El juego como concepto                | 45 |
| Características y funciones del juego | 52 |
| El juego en la edad adulta            | 56 |
| El juego y la felicidad               | 57 |
| Tipos de juegos                       | 59 |

## CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN PRIMARIA

63

# 03/ INVESTIGACIÓN ESPECÍFICA

65

## JUEGOS DE MESA

Juegos de mesa. Definición

Elementos/componentes dentro de los juegos de mesa

Los juegos de mesa modernos enfocados hacia la experiencia de usuario

Clasificación de los juegos de mesa

Análisis de juegos de mesa

67  
67  
68  
70  
73

## DISEÑO

Diseño sostenible

87

## CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN ESPECÍFICA

90

# 04/ IDEA Y CONCEPTO

93

|                            |    |
|----------------------------|----|
| Briefing                   | 95 |
| Metodología de trabajo     | 96 |
| Planteamiento del problema | 98 |

## DESARROLLO DE IDEA Y CONCEPTO

|   |     |
|---|-----|
| Historia                                  | 100 |
| Estructura de juego: mecánicas            | 101 |
| Reglas                                    | 106 |
| Producción de los materiales: tecnología  | 113 |
| Estilo gráfico de los elementos: estética | 116 |
| Análisis                                  | 131 |

## NAMING

|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| Principales atributos del producto   | 133 |
| Promesa del producto                 | 133 |
| Mapeo de la competencia              | 134 |
| Categoría del producto               | 134 |
| Propuestas de naming                 | 135 |
| Listado de nombre según su categoría | 136 |
| Propuesta definitiva                 | 136 |
| Registro de marca                    | 137 |

## IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

|                        |     |
|------------------------|-----|
| Análisis de marcas     | 138 |
| Referentes             | 140 |
| Conceptos a transmitir | 141 |
| Tagline                | 143 |
| Propuestas             | 144 |
| Propuesta definitiva   | 149 |

## PROTOTIPO

152

|                         |            |
|-------------------------|------------|
| <b>05/ CONCLUSIÓN</b>   | <b>157</b> |
| <b>06/ BIBLIOGRAFÍA</b> | <b>161</b> |
| Bibliografía            | 163        |
| Webgrafía               | 164        |
| <b>07/ ANEXOS</b>       | <b>173</b> |







# 01/ INTRODUCCIÓN

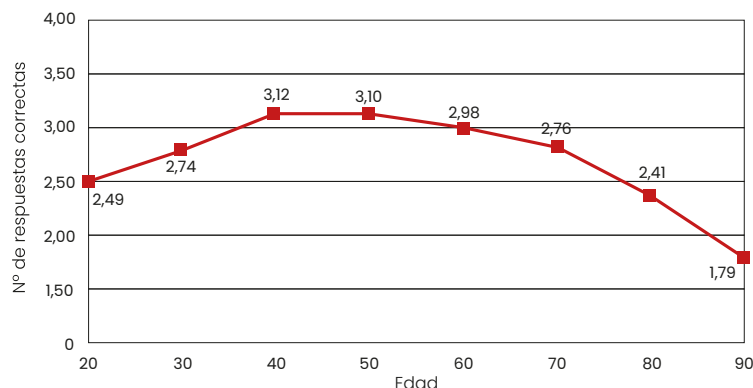


El siguiente Trabajo de Fin de Grado está centrado en la creación de un juego de mesa relacionado con la política.

De acuerdo a experiencias personales apoyadas en estudios realizados en la investigación inicial, se afirma que existe una falta de información sobre política, conllevando a una incorrecta participación democrática donde los ciudadanos no son capaces de tomar decisiones que beneficien el bien común y personal.

Este proyecto es creado con la intención de fomentar mediante el diseño estrategias didácticas que aporten conocimiento real de la política. A través de la experiencia de juego las personas tendrán un aprendizaje significativo de los diferentes líderes políticos, como se forma un partido y las diferentes formas de gobierno e ideologías.

La siguiente memoria recoge las investigaciones sobre el campo de la política y los juegos, a su vez la metodología empleada para llevar a cabo la creación de un juego desde cero y el diseño en todos sus aspectos: historia, estructura de juego, estilo gráfico, producción de los materiales y su respectiva Identidad Visual.



Fuente: ESE (2004)

FIG.1. CONOCIMIENTO POLÍTICO POR EDAD EN ESPAÑA

1. Marta Fraile, *Cuanto saben los ciudadanos de política* (Madrid: Fundación Alternativas, 2006), 7-26, acceso en junio 2020, [https://digital.csic.es/bitstream/10261/20803/1/ciudadanos\\_saben\\_politica.pdf](https://digital.csic.es/bitstream/10261/20803/1/ciudadanos_saben_politica.pdf)

2. Jorge Benedicto, "La juventud frente a la política: ¿desenganchada, escéptica, alternativa o las tres cosas a la vez?", *Revista de estudios de juventud*, n.81 (s.f), 13-16. <http://www.injuve.es/sites/default/files/2013/05/publicaciones/documentos-1.pdf>.

3. Gema M. Garcia-Albacete, "¿Apatía política? Evolución de la implicación de la juventud española desde los años 80", *Revista de estudios de juventud*, n.81 (s.f), 133-137. <http://www.injuve.es/sites/default/files/documentos-7.pdf>.

4. Iden. 1

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se puede afirmar que el conocimiento real de lo político es un componente clave dentro del concepto de ciudadanía, constituyendo una fuente de recursos y poder crucial para los ciudadanos. Una ciudadanía informada y educada políticamente, dificulta, promueve y obliga a los dirigentes al cumplimiento de una política transparente y sincera, evitando la traición de los intereses generales de la propia ciudadanía y promoviendo la participación de la misma en la toma de decisiones justas y responsables<sup>1</sup>.

Centrando la investigación en los grupos más jóvenes, en las últimas tres o cuatro décadas<sup>2</sup> ha existido un incremento notorio en el desinterés del conocimiento político, catalogándose "apatía política".

Estudios realizados en países como Estados Unidos, Gran Bretaña y Canadá confirman que, en comparación con generaciones anteriores, los jóvenes tienen menos interés con temas que relacionan la política y los asuntos públicos, demostrando un déficit de conocimiento de las instituciones políticas y del proceso democrático.

En el contexto europeo continental, EUYOUNG (Political Participation of Young People in Europe) ha indagado en las actitudes de la juventud hacia la política en ocho países europeos, obteniendo perfiles similares en las nuevas generaciones: no están interesados por la política, desconfían de las instituciones políticas tradicionales y de los partidos políticos; y están menos dispuestos a la participación convencional, sobre todo al voto<sup>3</sup>.

En España, los datos de la ESE (Encuesta Social Europa) y el gráfico de conocimiento político por edad, demuestran que los jóvenes presentan niveles de conocimiento político por debajo de la media (fig.1)<sup>4</sup>.

## JUSTIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Pretender que los ciudadanos y jóvenes conozcan todas las reglas del juego democrático con tanto detalle supone exigirles demasiado, no hay razones que impliquen saber cuestiones políticas tan detalladas ya que de eso se encargan los líderes políticos elegidos para ello. Sin embargo, tratemos de imaginar si tendría sentido jugar a las cartas sin conocer las reglas o mirar un partido de tenis sin saber sus normas de funcionamiento. Por analogía, si un ciudadano desconoce las reglas del juego democrático, pocos incentivos tendrá para formar parte de él.

En este sentido, algunos autores han llamado la atención sobre el incremento generalizado de las tasas de abstencionismo en los países capitalistas avanzados, siendo precisamente una de las causas de la falta de competencias políticas de los ciudadanos, especialmente de los más jóvenes<sup>5</sup>.

Para que los ciudadanos posean una base de conocimiento político se plantean tres dimensiones. En primer lugar, conocer sobre los actores relevantes en la política (partidos, sindicatos, líderes, etc.). En segundo lugar, sobre el funcionamiento del sistema político (por ejemplo: cada cuánto se celebran las elecciones, cuáles son las competencias del gobierno, como se define la mayoría necesaria para gobernar, cuántas cámaras de representación ciudadana existen, etc.). Finalmente, sobre las acciones y políticas del gobierno desarrolladas en ese momento (los temas de actualidad más relevantes y los problemas por resolver más urgentes).

Para que los ciudadanos obtengan estas competencias políticas necesitan habilidades, motivaciones y oportunidades proporcionadas por el contexto donde se relacionan, ya que la capacidad de estos para adquirir, procesar e in-

5. Marta Fraile, *Cuanto saben los ciudadanos de política* (Madrid: Fundación Alternativas, 2006), 7-26, acceso en junio 2020, [https://digital.csic.es/bitstream/10261/20803/1/ciudadanos\\_saben\\_politica.pdf](https://digital.csic.es/bitstream/10261/20803/1/ciudadanos_saben_politica.pdf)

corporar nueva información parece verse afectada por dos factores estructurales: la educación y el contexto social.

Se pueden observar resultados favorables cuando se intenta, por medio de la educación, incentivar estas competencias políticas. Los resultados del proyecto Estudio de Educación Cívica (Civic Education Study o CIVED) coordinado por la Asociación Internacional de Evaluación del Logro Académico (International Association for the Evaluation of Educational Achievement o IEA), llevado a cabo en 22 países, analiza el nivel de competencia cívica de los adolescentes y el posible efecto de los cursos de educación sobre los jóvenes. Los resultados apuntan a que, efectivamente, los contenidos de las asignaturas de educación cívica tienen una incidencia significativa en las competencias políticas y sociales de los estudiantes (edades comprendidas entre los 14 y 15 años), y éstas, a su vez, en sus actitudes y predisposiciones políticas. Esta incidencia parece de mayor magnitud en las escuelas que incluyen en el currículo experiencias de enseñanza práctica de la democracia<sup>6</sup>.

De esta forma se puede afirmar que, si se proporcionan correctas estrategias que incentiven la motivación de los ciudadanos y jóvenes hacia temas políticos, es posible que estos desarrollen una base de conocimiento y mejoren sus competencias políticas.

6. Marta Fraile, *Cuanto saben los ciudadanos de política* (Madrid: Fundación Alternativas, 2006), 7-26, acceso en junio 2020, [https://digital.csic.es/bitstream/10261/20803/1/ciudadanos\\_saben\\_politica.pdf](https://digital.csic.es/bitstream/10261/20803/1/ciudadanos_saben_politica.pdf)

## OBJETIVOS GENERALES

- Enseñanza de la teoría política.
- Aprendizaje de las diferentes formas de gobierno y cohesiones políticas.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Creación de un juego de mesa basado en teoría política.
- Divulgar información sobre las diferentes formas de gobierno y cohesiones políticas a través de un contenido fiable y constatado.
- Introducir la capacidad de razonamiento político en la población a través de la inducción de experiencias relacionadas.

## METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Una vez definida la temática y el problema que se abordan en este proyecto, se realiza un análisis superficial de las investigaciones existentes respecto a los temas escogidos.

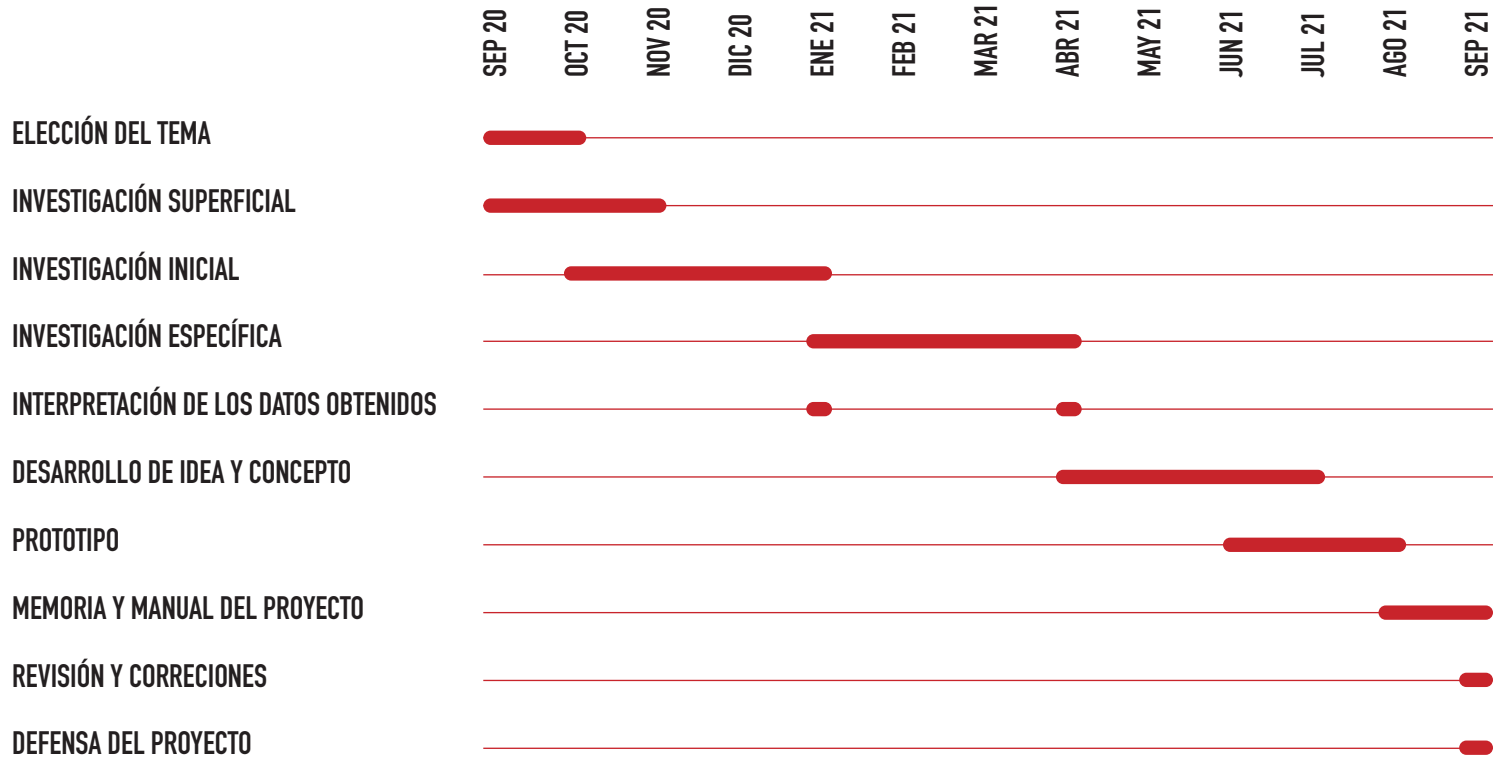
Se realiza una investigación inicial de los dos principales temas expuestos. Por un lado, la política, específicamente las formas de gobierno y las ideologías; por el otro lado, los juegos como estrategia de aprendizaje. De acuerdo al análisis superficial realizado, se agrupa la información deseada y se realizan mapas mentales de los diferentes temas, los cuales sirven como método organizativo para definir el marco teórico de esta primera parte.

Las conclusiones obtenidas de la investigación inicial definen las líneas de trabajo del proyecto, enfocando la creación de un juego de mesa como estrategia principal de aprendizaje. Como investigación específica se recogen estudios previos referente a los juegos de mesa y se continúa el mismo flujo de trabajo realizado anteriormente (mapa mental y marco teórico). Se añade a este apartado un análisis específico de diferentes juegos de mesa con la misma temática, encuestas a la población y a profesionales del sector. Los resultados permiten posicionar el marco competitivo y definir, a través del diseño, la base del proyecto.

Una vez obtenido todos los conocimientos necesarios, se inicia el desarrollo de idea y concepto, aquí se muestra de forma progresiva las decisiones tomadas para la construcción del prototipo final.



## CRONOGRAMA







## 02/ INVESTIGACIÓN PRIMARIA



## LA POLÍTICA

### ESTADO, GOBIERNO, POLÍTICA Y SOCIEDAD. INTERRELACIÓN

Siempre que se nombra la política acaban apareciendo términos relacionados con ella, el Estado, el gobierno y la sociedad son tres ejemplos que, además, dependen entre ellos. En este apartado se definen cada uno de ellos y se analiza su interrelación.

La sociedad se define como las interrelaciones humanas y la formación de grupos sociales, los cuales se identifican con diferentes pensamientos, necesidades y opiniones. La unión de personas con creencias similares y, a su vez, distantes de otras origina el término política. El Estado, a su vez, es la institución que se encarga de organizar estas acciones políticas en función del bien común, el cual es administrado por el gobierno, un grupo de personas escogido por la sociedad que se renueva periódicamente.

Si se habla de política referida al Estado y gobierno, se habla del grupo de personas que se encargan de tomar decisiones y realizar acciones que afectan la dinámica de la sociedad. Para tomar estas decisiones es necesario contar con una estructura de poder, es decir, un sistema jerarquizado de status y roles.

Los griegos desarrollaron una entidad política denominada polis, es decir una comunidad integrada por un conjunto de hombres que residían en un territorio y que constituía una entidad autosuficiente, regida por un gobierno. La política era lo perteneciente a la polis o ciudad<sup>7</sup>.

De esta forma, la política es una conducta humana que se produce dentro de la sociedad gracias a las interrelaciones entre los diferentes grupos e individuos. Su finalidad, como

7. Eduardo Bracamonte, "Política, Estado y gobierno", *Revista Universidad Católica Boliviana*, n.10 (2002), 73-78, <http://www.scielo.org.bo/pdf/rcc/n10/a09.pdf>.

forma natural del ser humano, es ejercer mediante el conocimiento el poder de la toma de decisiones que conseguirán el bien común de la propia sociedad<sup>8</sup>.

## FORMA DE GOBIERNO. DEFINICIÓN, CLASIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS

La forma de gobierno define una estructura en la cual se responde ¿Quién es el que gobierna?, ¿Cómo gobierna? y ¿Cómo es elegido ese gobernante?. Esto se relaciona con uno de los elementos fundamentales del Estado, el poder, estableciendo quién es el que ejerce el poder político. De esta manera, cuando se habla de forma de gobierno realmente se está hablando de la organización del Estado y si fuera el caso, de sus diversos órganos.

A lo largo de la historia se desarrollan distintas formas de gobierno que han podido diferenciarse y clasificarse gracias a las preguntas iniciales, de las cuales se han generado tipologías estáticas, inmutables y permanentes<sup>9</sup>.

Aunque en esta investigación no se profundice en las diferentes formas de gobierno que ha presentado la historia del pensamiento político, hay que entender que estas se originan a lo largo del tiempo presentando numerosas diferencias y cambiando a menudo gracias a condiciones estructurales e históricas de la población, o a condiciones accidentales, como guerras, catástrofes, depresiones económicas, etc.

Centrados en la actualidad es posible clasificar las formas de gobierno de acuerdo a tres criterios:

**Según el mecanismo escogido para optar a la jefatura del Estado:** este criterio clasifica los procedimientos que existen

8. Eduardo Bracamonte, "Política, Estado y gobierno", *Revista Universidad Católica Boliviana*, n.10 (2002), 73-78, <http://www.scielo.org.bo/pdf/rcc/n10/a09.pdf>.

9. Josefa Saez de Salassa, "Sobre los conceptos de formas de gobiernos, formas de Estado y Régimen político", *Revista de la Universidad de Mendoza*, s.n (s.f), <https://core.ac.uk/download/pdf/268220114.pdf>.

para definir quien conduce políticamente la nación. Existen dos tipos de mecanismo:

- **Monarquía:** cuando el poder es heredado. Existen dos tipos:
  - **Monarquía absoluta:** donde el Rey tiene el poder total, no existen límites y no hay derechos individuales.
  - **Monarquía constitucional:** donde el rey no tiene el poder y es representado como figura simbólica, las leyes limitan poderes y existen derechos individuales.
- **República:** cuando el jefe de Estado es electo.

**Según el grado de libertad y participación política:** define la administración del poder de cara al respeto de los derechos humanos y fundamentales de la población. Se clasifican en dos:

- **Autocracia:** el poder es ostentado por una persona o entidad. En esta forma de gobierno todas las decisiones y valoraciones son realizadas por una persona o un grupo de personas reducidas que mantienen todo el poder, el pueblo es excluido. La autocracia a su vez puede dividirse en **regímenes autoritarios**, donde el Estado tiene el poder y el control absoluto sobre todo lo que ocurre a nivel político en la región, y los **regímenes totalitarios**, los cuales permiten la existencia de una variedad limitada de partidos políticos (sólo aquellos cuyas ideas fundamentales no choquen con los intereses de la élite)<sup>10</sup>.
- **Democracia:** en esta forma de gobierno se le confiere el poder de decisión en la conducción del Estado (es decir, la soberanía) al pueblo, que se expresa mediante la voluntad de las mayorías. Esto significa que, en una democracia, las instituciones están para ejecutar y defender la voluntad del pueblo, ya que este último les transfiere o delega el control del Estado en mayor o menor medida<sup>11</sup>.

10. Arturo Torres, "Las 6 formas de gobierno que rigen nuestra vida social y política", *Psicología y mente*, s.f, acceso diciembre 2020, <https://psicologiymente.com/miscelanea/formas-de-gobierno>

11. María Estela Raffino, "Democracia", *Concepto de*, 29/9/2020, acceso diciembre 2020. <https://concepto.de/democracia/>

**Según el tipo de vínculo existente entre la jefatura del estado y el parlamento:** Esta clasificación distingue entre:

- **Regímenes presidenciales:** en los que el presidente es electo y constituye un poder político aparte.
- **Regímenes parlamentarios:** en los que el parlamento elige de su seno un primer ministro que ejerza la jefatura del Estado con poderes muy limitados por el legislativo.

Es importante destacar que todos estos criterios no son excluyentes entre sí, ya que estos mismos pueden llegar a combinarse, originando diversas posibilidades políticas y organizativas<sup>12</sup>.

## PODERES DEL ESTADO. CLASIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS

Si hablamos de las formas de gobierno contemporáneas, es imprescindible mencionar la clasificación, mediante instituciones, de los poderes del Estado o poderes públicos. Estas instituciones se encargan de ejercer un rol controlador, garantizando la vida pública y el estado de derecho. Este principio de separación de poderes públicos fue propuesto por Montesquieu y en el siglo XVIII, buscando la manera de garantizar un Estado más justo y equitativo.

Tras la caída del Antiguo Régimen durante la Edad Moderna, se abolió el absolutismo como sistema de gobierno en el que un rey y su séquito tenían el control pleno e indiscutible del Estado. En la actualidad, las nuevas sociedades establecieron que el Estado fuera ejercido por toda la ciudadanía mediante instancias públicas.

**Los poderes del Estado son:**

- **Poder ejecutivo:** es el encargado de la administración y

12. María Estela Raffino, "Democracia", *Concepto.de*, 29/9/2020, acceso diciembre 2020. <https://concepto.de/democracia/>



conducción del Estado, de la toma de decisiones políticas y estratégicas. Suele recaer en la figura de un jefe de Estado, el cual depende de la estructura burocrática de la nación. Las constituciones de cada país estipulan las atribuciones que el poder ejecutivo corresponde, que generalmente son de tipo político y administrativo.

- **Poder legislativo:** es el encargado de la elaboración de leyes que rigen la vida de un país y que sirven de contrapartida al poder ejecutivo. Generalmente el poder legislativo se constituye por una Asamblea Nacional, un Congreso o cualquier otro tipo de Parlamento.
- **Poder judicial:** es el encargado de hacer cumplir las leyes, interpretando lo establecido en la Constitución. Para ello cuenta con diversos órganos judiciales, de los cuales el más autoritario es el Tribunal Supremo. El poder judicial también se encarga de resolver las controversias y conflictos entre los demás poderes públicos<sup>13</sup>.

## IDEOLOGÍAS POLÍTICAS. DEFINICIÓN, CLASIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS

Como se explicaba anteriormente el concepto de política y sociedad, las personas tienden a relacionarse y formar grupos sociales con pensamientos, opiniones y necesidades similares.

Se define ideología como el conjunto de creencias, ideas y actitudes íntimamente relacionadas entre sí, pertenecientes a un grupo o comunidad determinada. Del mismo modo, se define ideología política como el conjunto de ideas, creencias y opiniones que tiene un grupo con respecto al régimen político establecido.

Los países organizan sus formas de gobierno a partir de estos conceptos. Dentro de una comunidad aparecerán

13. María Estela Raffino, "Poderes del estado", *Concepto.de*, 31/8/2020, acceso diciembre 2020. <https://concepto.de/poderes-del-estado/>

diferentes pensamientos que empujan a la sociedad a la acción, la motivan a modificar sus relaciones políticas, sociales y económicas siendo la más dominante de todas la que marque las pautas del cambio político. Las ideologías determinan lo que tiene valor y lo que no, lo que debe mantenerse y lo que debe cambiarse, y moldea las actitudes de la sociedad y hacia dónde caminará el futuro del país<sup>14</sup>.

Al estudiar cada una de ellas estamos analizando las dinámicas de los sistemas políticos: el tipo de régimen, las instituciones, las leyes que lo rigen, los posibles conflictos y sus resoluciones, la aceptación general del mismo por la población, etc. Al darse diferentes puntos de vista, la compatibilidad de ellos asegura la estabilidad y aceptación para conseguir un fin común, dándose posibles conflictos e inestabilidad que podrían desembocar en una revolución<sup>15</sup>.

## SELECCIÓN DE UN MODELO DE ESPECTRO POLÍTICO

En su conocida obra de 1994 titulada Derecha e izquierda, el filósofo, jurista, historiador y politólogo italiano Norberto Bobbio, se embarca en un examen del eje izquierda-derecha donde defiende la vigencia de la dicotomía frente a todos aquellos que la consideraban como una distinción arcaica y superada. Acerca de lo primero dice:

Nunca como hoy se ha escrito tanto en contra de la tradicional distinción entre izquierda y derecha, considerada como una distinción ya superada y sin ningún sentido, suponiendo que haya tenido alguno en el pasado (...). Entonces, ¿derecha e izquierda existen todavía? Y si aún existen y se mantienen como tales, ¿cómo se puede decir que ha perdido todo su significado? Y si tienen todavía significado, ¿cuál es?<sup>16</sup>.

14. Roy Macridis y Markl Hulliung, *Las ideologías políticas contemporáneas. Regímenes y movimientos* (Madrid: Alianza editorial, 1998), 12-33. <https://www.g-talent.net/wp-content/uploads/2019/12/Las-ideolog%C3%ADas-politicas-contempor%C3%A1neas.pdf>

15. Iden. 14

16. Sergio Brea García, "La (a)tracción del centro", (Tesis doctoral, Universidad de Oviedo, 2020), 43-79. [https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/57767/TD\\_SergioBreaGarcia.pdf?sequence=2](https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/57767/TD_SergioBreaGarcia.pdf?sequence=2)

Él mismo responde:

Las causas de esta opinión [acerca del fin, lo arcaico o lo inútil de la distinción] (...) son distintas. (...) En la base y en el origen de las primeras dudas sobre la desaparición, o por lo menos sobre la menor fuerza representativa de la distinción, se encontraría la llamada crisis de las ideologías. (...) Se ha sostenido que, como el concepto de izquierda ha reducido drásticamente su propia capacidad connotativa hasta el punto que decir que es de izquierdas es hoy una de las expresiones menos verificables en el vocabulario político, el viejo binomio podría ser sustituido por oportunamente por este otro: progresistas-conservadores. (...) Se sostiene, en segundo lugar, que un universo político cada vez más complejo como el de las grandes sociedades democráticas, se hace cada vez más inadecuada la separación, excesivamente clara, entre dos únicas partes contrapuestas, y cada vez más insuficiente la visión dicotómica de la política. (...) Se objeta (...) que en un pluriverso como el de las grandes sociedades democráticas, donde las partes en juego son muchas, y tienen entre ellas convergencias y divergencias que hacen posibles las más variables combinaciones de las unas con las otras, ya no se puede plantear los problemas bajo la forma de antítesis, de aut aut, o derecha o izquierda, si no es de derechas o es de izquierdas o viceversa. La objeción es acertada, pero no decisiva. La distinción entre derecha e izquierda no excluye en absoluto (...) la configuración de una línea continua sobre la cual, entre la izquierda inicial y la derecha final (...), se colocan posiciones intermedias que ocupan el espacio central entre los dos extremos, y al que se le denomina, como se sabe, con el nombre de 'centro'<sup>17</sup>.

Analizando el texto se puede sacar su carácter demostrativo evocando la búsqueda del centro político. Es de especial interés fijarse en cómo fundamenta Bobbio la defensa del eje izquierda-derecha mediante su propia investigación,

17. Sergio Brea García, "La (a)tracción del centro", (Tesis doctoral, Universidad de Oviedo, 2020), 43-79. [https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/57767/TD\\_SergioBreaGarcia.pdf?sequence=2](https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/57767/TD_SergioBreaGarcia.pdf?sequence=2)

desacreditando el argumento que califica de arcaica y superada a esta distinción.

Una vez se haya considerado y aceptado que derecha e izquierda son dos conceptos espaciales, que no son conceptos ontológicos, y que no tienen un contenido determinado, específico y constante en el tiempo, ¿hay que sacar la conclusión de que son cajas vacías que se pueden llenar con cualquier mercancía? (...) No podemos evitar constatar que, a pesar de las metodologías utilizadas, existe entre ellos cierto aire familiar, que a menudo los hace aparecer como variaciones de un único tema. El tema que reaparece en todas las variaciones es la contraposición entre visión horizontal o igualitaria de la sociedad, y visión vertical o no igualitaria. (...) De las reflexiones realizadas hasta aquí (...) resultaría que el criterio más frecuente adoptado para distinguir la derecha de la izquierda es el de la diferencia actitud que asumen los hombres que viven en sociedad frente al ideal de la igualdad<sup>18</sup>.

Dentro de este fragmento Bobbio expone la principal diferencia entre izquierda y derecha como el par igualdad-desigualdad percibido por la sociedad. Así, resulta que:

Por una parte están los que consideran que los hombres son más iguales que desiguales, [y] por otra los que consideran que son más desiguales que iguales. A este conflicto de elecciones básicas le acompaña también una distinta valoración de la relación entre igualdad-desigualdad natural e igualdad-desigualdad social. El igualitario parte de la convicción de que la mayor parte de las desigualdades que lo indignan, y querría hacer desaparecer, son sociales y, como tales, eliminables; el no igualitario, en cambio, parte de la convicción opuesta, que son naturales y, como tales, ineliminables. (...) La antítesis no podría ser más radical: en nombre de la igualdad natural, el igualitario condena la desigualdad social; en nombre de la desigualdad natural, el

18. Sergio Brea García, "La (a)tracción del centro", (Tesis doctoral, Universidad de Oviedo, 2020), 43-79. [https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/57767/TD\\_SergioBreaGarcia.pdf?sequence=2](https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/57767/TD_SergioBreaGarcia.pdf?sequence=2)

no igualitario condena la igualdad social<sup>19</sup>.

Extrapolando las palabras de Bobbio al espectro político del eje izquierda-derecha, posiciona todas aquellas corrientes o ideologías que consideran que las desigualdades son sociales y, por tanto, eliminables teniendo como pilares la erradicación de ésta a favor de la igualdad, podrán ser considerados como posicionamientos de izquierda; por el contrario, los que consideren que tales desigualdades son de origen natural y, por ello, es la propia naturaleza la que las crea, podrán ser pensamientos y movimientos de derecha. En resumidas cuentas, se habla de una ideología de izquierda cuando se aboga por la abolición de la desigualdad y, en contraposición, de derechas cuando se perpetúa. Además, a este criterio de igualdad-desigualdad, Bobbio considera que se debería de añadir otro complementario:

Al lado de la díada (...) igualdad-desigualdad, de la cual nacen doctrinas y movimientos igualitarios y no igualitarios, es necesario colocar una díada no menos importante históricamente: libertad-autoridad. De esta derivan doctrinas y movimientos libertarios y autoritarios<sup>20</sup>.

Mientras el binomio igualdad-desigualdad explicaría la división entre izquierda y derecha, el binomio libertad-autoridad crearía subdivisiones en cada uno de ellos. Dentro de la izquierda se obtendría la izquierda moderada (centro-izquierda) e izquierda radical; y por otro lado ocurriría lo mismo dentro de la derecha, quedando una derecha moderada (centro-derecha) y una extrema derecha.

Se trata de dos criterios, en mi opinión, fundamentales, que, combinados, sirven para designar un mapa que salva la discutida distinción entre derecha e izquierda, y al mismo tiempo responde a la demasiado difícil objeción de que se consideren de derecha o de izquierda doctrinas y movimientos no homogéneos como, a la izquierda, el comunis-

19. Sergio Brea García, "La (a)tracción del centro", (Tesis doctoral, Universidad de Oviedo, 2020), 43-79. [https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/57767/TD\\_SergioBreaGarcia.pdf?sequence=2](https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/57767/TD_SergioBreaGarcia.pdf?sequence=2)

20. Iden. 19

mo y el socialismo democrático, y a la derecha, el fascismo y el conservadurismo; también explica el porqué, aun no siendo homogéneos, pueden ser aliados potenciales en excepcionales situaciones de crisis<sup>21</sup>.

Siguiendo los criterios de Bobbio, se agrupan las diferentes ideologías de la siguiente manera: en la izquierda extrema se encuentran el comunismo y socialismo como partidos que promueven mediante métodos autoritarios una igualdad social y económica, la izquierda moderada o centro izquierda, establecida con el socialismo democrático y el socioliberalismo, ideologías que buscan a través de libertades democráticas el bien común de los ciudadanos tanto en lo económico como en lo social. Por otro lado, la derecha moderada o centro derecha se encuentran el conservadurismo laico, el conservadurismo liberal y el liberalismo, que a través de la democracia apuestan por una libertad económica y social independiente del Estado, y una derecha extrema, con el conservadurismo y el fascismo, como corrientes que sostienen la división de clases, la superioridad racial y los discursos religiosos (comúnmente cristianos), los cuales funcionan a través de métodos autoritarios, oprimiendo las libertades democráticas.

## COMUNISMO Y SOCIALISMO

Aparte de ser una ideología política, el comunismo se trata también de un sistema económico diferente al capitalismo que persigue una sociedad donde no existan clases políticas. Para ello plantea que los medios de producción no estén en manos privadas, sino que sean del Estado, que repartirá de forma equitativa los bienes y servicios entre la población. El comunismo busca sustituir el sistema capitalista por un nuevo sistema donde los medios de producción serían de propiedad pública, lo que acabaría con las clases sociales y la desigualdad. Para ser capaces de pe-

21. Sergio Brea García, "La (a)tracción del centro", (Tesis doctoral, Universidad de Oviedo, 2020), 43-79. [https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/57767/TD\\_SergioBreaGarcia.pdf?sequence=2](https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/57767/TD_SergioBreaGarcia.pdf?sequence=2)

netrar en todos los ámbitos de la vida de sus ciudadanos y garantizar el anti-individualismo, el comunismo tiende a establecer sistemas totalitarios y autoritarios, es habitual encontrar recortes de libertades individuales, un solo pensamiento ideológico a través de un único partido, una educación controlada por el Estado y una actividad económica controlada por el Estado<sup>22</sup>.

El Socialismo, por otro lado, es la transición entre el capitalismo hacia el comunismo siendo una proyección del comunismo dentro del sistema capitalista.

## SOCIALDEMOCRACIA Y SOCIOLIBERALISMO

Dentro del Socialismo, encontramos diferentes vertientes con base en el capitalismo. La socialdemocracia es una ideología política que busca mayores niveles de igualdad social dentro del marco de una economía capitalista y un sistema político democrático. Para ello emplea una economía mixta, un sistema capitalista donde el mercado está intervenido mediante impuestos, regulación y protección, con el objetivo de reducir los niveles de desigualdad que generan estas economías.

Gracias a un fuerte sistema de impuestos basado en la redistribución, el Estado persigue que aquellos que cuentan con mayores índices de riqueza contribuyan en mayor medida, y así garantizar la prestación de servicios públicos de calidad que mejoren los niveles de vida de la población.

En el plano político, la socialdemocracia se sustenta sobre sistemas democráticos: democracia representativa, separación de poderes, elecciones libres y sistemas de partidos<sup>23</sup>.

22. Francisco Blanco, "Comunismo: historia, ideología y características", *Politocracia*, s.f, acceso en junio de 2021. <https://www.politocracia.com/ideologias/comunismo/>

23. Francisco Blanco, "Socialdemocracia, ¿en qué consiste?", *Politocracia*, s.f, acceso en junio de 2021. <https://www.politocracia.com/ideologias/socialdemocracia/>

24. S.A, "¿Cuál es la diferencia entre Socialdemocracia y Socioliberalismo?", *Historiador*, s.f, acceso en junio de 2021. <https://historiador.info/cual-es-la-diferencia-entre-socialdemocracia-y-socioliberalismo/>

25. Francisco Blanco, "Fascismo: origen, historia y características", *Politocracia*, s.f, acceso en junio de 2021. <https://www.politocracia.com/ideologias/fascismo/>

26. Francisco Blanco, "Conservadurismo: ideología, características e historia", *Politocracia*, s.f, acceso en junio de 2021. <https://www.politocracia.com/ideologias/conservadurismo/>

El socioliberalismo comparte la mayoría de las ideas que comparte la socialdemocracia, siendo casi idénticas, su diferencia se encuentra en el apoyo que se ejerce ante el capital privado y la clase laboral. Los socioliberales están más abiertos a que las empresas privadas ganen dinero prestando servicios públicos, apoyando al mercado y al capital privado mientras que la socialdemocracia generalmente son más escépticos hacia las empresas privadas que obtienen ganancias en los servicios públicos, apoyando más a los sindicatos estatales y laborales<sup>24</sup>.

## FASCISMO Y CONSERVADURISMO

El fascismo se caracteriza principalmente por ser una ideología totalitaria y nacionalista, renunciando a cualquier cauce democrático con la intención de consolidar un partido único. En su auge, el fascismo se presenta como una tercera vía, la alternativa a las democracias liberales formadas por los países ganadores de la I Guerra Mundial y al movimiento obrero.

Durante los años 20 y 30 del siglo XX, el fascismo logra una rápida expansión gracias a diversos factores: da una respuesta a la frustración producida por la derrota de la I Guerra Mundial, posee un discurso donde se posiciona a la nación por encima del individuo y la igualdad de clases, tiene un alto nivel propagandístico controlando los medios de comunicación y educación, se tiene una figura de líder como héroe y un orden social mediante un fuerte componente militar<sup>25</sup>.

Por otro lado, el conservadurismo es una ideología que principalmente defiende y realza los valores sociales de familia, religión y nación, garantizando la continuidad del orden establecido y oponiéndose al pensamiento racional y a los cambios sociales<sup>26</sup>. Además, defiende una economía



proteccionista que favorece la producción nacional imponiendo restricciones y limitaciones a los bienes y servicios provenientes del extranjero.

### CONSERVADURISMO LAICO, CONSERVADURISMO LIBERAL Y LIBERALISMO

El conservadurismo laico y el conservadurismo liberal son vertientes que presentan modificaciones del conservadurismo original. Mientras que el conservadurismo laico presenta diferencias sociales como la aceptación del pensamiento individual y otras creencias religiosas, el conservadurismo liberal presenta transformaciones económicas, aceptando el libre mercado.

El liberalismo, por tanto, es una ideología que tiene como pilares fundamentales la libertad individual, la limitación del papel del Estado y las relaciones económicas, la protección de la propiedad privada, la igualdad ante la ley sustentada en el Estado de derecho, la separación de poderes y la tolerancia de credos. Es una ideología que defiende la idea de que el individuo es libre de desarrollar sus capacidades personales en el ámbito religioso, económico y político<sup>27</sup>.

### PROPUESTAS Y CARACTERÍSTICAS DE LAS PRINCIPALES IDEOLOGÍAS POLÍTICAS

Se realiza una clasificación que permite desarrollar de manera equitativa los principios y características de cada ideología. Para esto se escogen tres grupos clasificatorios:

- **Modelo político:** engloba propuestas relacionadas con la forma de Estado, forma de Gobierno, modelo de legitimación, administración y gestión del poder por el que

27. Francisco Blanco, "Liberalismo: ideología, tipos y características", *Politocracia*, s.f, acceso en junio de 2021. <https://www.politocracia.com/ideologias/liberalismo/>

optan.

- **Modelo social:** engloba propuestas que dictan las acciones por parte de la sociedad.
- **Modelo económico:** engloba propuestas relacionadas con la distribución de la riqueza.

En el *Anexo 1* se recogen los modelos de las ideologías: Liberalismo, Conservadurismo, Socialismo y Comunismo.

# EL JUEGO

## EL JUEGO COMO CONCEPTO

El juego es una actividad universal que ha estado presente a lo largo de la historia. La primera referencia sobre juegos que existe es del año 3000 a. C. probablemente, las cosquillas, combinadas con la risa, sean una de las primeras actividades lúdicas del ser humano, al tiempo que una de las primeras actividades comunicativas previas a la aparición del lenguaje<sup>28</sup>.

Tanto el juego como el juguete han evolucionado a lo largo del tiempo, sus características han variado en función del valor atribuido al juego y el contexto sociocultural en el que se han desarrollado.

Etimológicamente, la palabra jugar viene del latín *iocari* *hacer algo con alegría*, de ahí también las palabras juego, juguete y jugar. *iocari* viene de *locus* (broma)<sup>29</sup>.

Según la RAE (2020), jugar es *hacer algo con alegría con el fin de entretenerse, divertirse o desarrollar determinadas capacidades*<sup>30</sup>.

Se han enunciado innumerables definiciones sobre el juego, sin existir una definición unitaria de juego. Sin querer entrar en un debate de qué teoría es la más acertada, este apartado se centra en las investigaciones y definiciones del diseñador de juegos Jesse Schell, siendo estas las más oportunas para el transcurso de esta investigación.

Antes de continuar con la definición de juego, es importante definir conceptos que se encuentran estrechamente relacionados con este, como lo son: jugar, juguete y diversión. Teniendo en cuenta estos conceptos es más sencillo avan-

28. Wikipedia. 2021. "Juego". Acceso octubre 2020. <https://es.wikipedia.org/wiki/Juego> (Wikipedia 3/3/2021)

29. De Chile. 2021. "Etimología de Jugar". Acceso octubre 2020. <http://etimologias.dechile.net/?jugar#:~:text=La%20palabra%20jugar%20viene%20del,nos%20viene%20joya%20y%20jocoso.> (De Chile 5/3/2021)

30. Real Academia Española. 2021. "Jugar". Acceso octubre 2020. <https://dle.rae.es/jugar> (RAE 2021)

zar. Siguiendo al diseñador de juegos Schell:

- Fun is pleasure with surprise.
- A good toy is an object that is fun to play with.
- Play is a manipulation that indulges curiosity<sup>31</sup>.

Traduciendo:

- La diversión es placer con sorpresas.
- Un buen juguete es un objeto con el que juegas y te diviertes.
- Jugar es una manipulación que da rienda suelta a la curiosidad.

Continuando hacia lo que es el juego y mirando la experiencia de este desde afuera hacia adentro, se estudian las definiciones de distintos autores que en su conjunto generan una lista de cualidades que explican el concepto:

- Q1: Games are entered willfully.
- Q2: Games have goals.
- Q3: Games have conflict.
- Q4: Games have rules.
- Q5: Games can be won and lost.
- Q6: Games are interactive.
- Q7: Games have challenges.
- Q8: Games can create their own internal value.
- Q9: Games engage players.
- Q10: Games are closef, formal, systems<sup>32</sup>.

Traduciendo:

- Q1: Los juegos son creados con una intención.
- Q2: Los juegos tienen objetivos.
- Q3: Los juegos crean conflicto.
- Q4: Los juegos tienen reglas.
- Q5: Los juegos se pueden ganar y perder.

31. Jesse Schell, *The Art of Game Design* (EEUU: Elsevier, 2008), 23-38.

32. Iden. 31

- Q6: Los juegos son interactivos.
- Q7: Los juegos tienen desafíos.
- Q8: Los juegos pueden crear su propio mundo interno.
- Q9: Los juegos atraen a los jugadores.
- Q10: Los juegos son sistemas cerrados, formales.

It does seem odd that something as simple, compelling and innate to us as the playing of games would require such an unwieldy definition<sup>33</sup>.

Traduciendo:

Parece extraño que algo tan simple, convincente e innato para nosotros como jugar juegos requiera una definición tan difícil de manejar.

Aunque esto es una buena lista de argumentos que explican lo que es el juego, se busca llegar a una definición simple, clara y concisa. En vez de enfocar la experiencia de juego desde fuera hacia dentro y preguntar como los juegos se relacionan con las personas, hay que preguntarse ¿cómo se relaciona la gente con los juegos?, ¿qué es lo que le gusta tanto a la gente de los juegos? Existen variedad de respuestas que, aunque sean válidas, no aplican a todos los juegos: “me gusta jugar con mis amigos”, “me gusta la actividad física”, “me gusta sentirme sumergido en otro mundo”, etc. Pero con el tiempo existe una respuesta que la gente suele dar cuando habla de la experiencia de juego que sí parece aplicar a todos los juegos: “me gusta resolver problemas”.

Normally, we think of problems like something negative. But we really do get pleasure from solving them. And, as humans, we are really good at solving problems. Our big complex brains can solve problems better than any of the other animals, and this is our primary advantage as a species. So, it should not seem strange that it is something we enjoy. The

33. Jesse Schell, *The Art of Game Design* (EEUU: Elsevier, 2008), 23-38.

enjoyment of problem solving seems to be an evolved survival mechanism. People who enjoy solving problems are going to solve more problems, and probably get better at solving problems, and be more likely to survive<sup>34</sup>.

Traduciendo:

Normalmente, pensamos en los problemas como algo negativo. Pero realmente nos complace resolverlos. Y, como seres humanos, somos muy buenos resolviendo problemas. La capacidad de nuestros cerebros nos permite resolver problemas mejor que cualquier otro animal, y esta es nuestra principal ventaja como especie. Entonces, no debería parecer extraño que sea algo que disfrutemos. El disfrute de la resolución de problemas parece ser un mecanismo de supervivencia evolucionado. Las personas que disfrutan resolviendo problemas resolverán más problemas y probablemente mejorarán en la resolución de problemas y tendrán más probabilidades de sobrevivir.

Pero, ¿realmente todos los juegos involucran una resolución de problemas? Cualquier juego con una meta te presenta un reto a resolver. Algunos ejemplos pueden ser: encontrar una manera de conseguir más puntos que otro equipo, finalizar la partida antes que otro equipo, completar un nivel, destruir al oponente antes de que este te destruya, etc.

Gambling games, at first, seem like a possible exception. Is someone playing craps really trying to solve a problem? Yes. The problem is how to take the right calculated risks and make as much money as possible(...). Another possible objection one might raise is that not every activity associated with game playing is a problem-solving activity. Often, the things people enjoy most about games, such as social interaction or physical exercise, have nothing to do with problem solving. But while these other activities might improve a game, they are not essential to the game. When problem

34. Jesse Schell, *The Art of Game Design* (EEUU: Elsevier, 2008), 23-38.

solving is removed from a game, it ceases to be a game and becomes just an activity<sup>35</sup>.

Traduciendo:

Los juegos de azar, al principio, parecen una posible excepción. ¿Alguien que juega a los dados realmente trata de resolver un problema? Sí. El problema se basa en tomar las correctas decisiones de cálculo y ganar tanto dinero como sea posible (...). Otra posible objeción que se podría plantear es que no todas las actividades asociadas con el juego son actividades de resolución de problemas. A menudo, las cosas que las personas disfrutan más que los juegos, como la interacción social o el ejercicio físico, no tienen nada que ver con la resolución de problemas pero aunque estas otras actividades pueden mejorar un juego, no son esenciales. Cuando la resolución de problemas se elimina de un juego, deja de ser un juego y se convierte en solo una actividad.

Entonces, si los juegos implican algún tipo de resolución de problemas y la resolución de problemas es una de las cosas que nos define como especie, puede que el mecanismo mental que utilizamos para resolverlos tenga algo que ver con las propiedades de los juegos. Se establece una relación entre cómo las personas actúan al resolver un problema y la lista de las cualidades de juego antes descritas:

One of the first things we do is to state the problem we are trying to solve, that is, define a clear goal (Q2). Next, we frame the problem. We determined boundaries and the nature of the problem space. We also determine what methods we are allowed to use to solve the problem; that is, we determine the rules of the problem (Q4). How we do this is kind of hard to describe. It is not a completely verbal process. It is almost as if our minds are equipped to set up an internal, minimized, simplified version of reality that only includes the necessary interrelationships needed to solve the problem.

35. Jesse Schell, *The Art of Game Design* (EEUU: Elsevier, 2008), 23-38.

This is like a cleaner, smaller version of the real-world situation, which we can more easily consider and manipulate, or interact with (Q6). In a sense, we are establishing a closed, formal system (Q10) with a goal. We then work to reach that goal, which is usually challenging (Q7), because it involves some kind of conflict (Q3). If we care about the problem, we quickly become engaged (Q9) in solving it. When we are occupied in doing so, we kind of forget about the real world, since we are focused on our internal problem space. Since this problem space is not the real world, and just a simplified version of it, and solving the problem is important to us, elements in the problem space quickly gain an internal importance, if they get us closer to our goal of solving the problem, and this importance does not need to be relevant outside the context of the problem (Q8). Eventually we defeat the problem, or are defeated by it, thus winning or losing (Q5)<sup>36</sup>.

Traduciendo:

Una de las primeras cosas que hacemos es plantear el problema que estamos intentando resolver, es decir, definir una meta clara (Q2). A continuación, enmarcamos el problema, determinamos los límites y la naturaleza del espacio del mismo. También determinamos qué métodos podemos utilizar para resolver el problema; es decir, determinamos las reglas (Q4). Cómo hacemos esto es algo difícil de describir, no es un proceso completamente verbal, es casi como si nuestras mentes estuvieran equipadas para configurar una versión interna, minimizada y simplificada de la realidad que solo incluye las interrelaciones necesarias para resolver el problema. Esto es como una versión más limpia y más pequeña de la situación del mundo real, que podemos considerar y manipular o interactuar más fácilmente (Q6). En cierto sentido, estamos estableciendo un sistema formal cerrado (Q10) con un objetivo. Luego trabajamos para alcanzar ese objetivo, que suele ser un desafío (Q7) porque implica algún tipo de conflicto (Q3). Si nos

36. Jesse Schell, *The Art of Game Design* (EEUU: Elsevier, 2008), 23–38.



preocupamos por el problema, rápidamente nos comprometemos (Q9) a resolverlo. Cuando estamos ocupados en hacerlo, nos olvidamos del mundo real, ya que estamos enfocados en nuestro espacio interno. Dado que este espacio de problemas no es el mundo real y resolver el problema es importante para nosotros, los elementos en el espacio rápidamente adquieren una importancia interna, si nos acercan a nuestro objetivo y esta importancia no necesita ser relevante fuera del contexto del problema (Q8). Eventualmente vencemos el problema, o somos derrotados por él, ganando o perdiendo (Q5).

Exponiendo esta relación y definiendo el sistema de resolución puede que la definición de juego sea así de simple:

- *A game is a problem solving activity.*
- *El juego es una actividad de resolución de problemas.*

Aunque puede que esta definición sea acertada sigue siendo muy amplia. Existen diferentes actividades de resolución de problemas donde no se juega, por ejemplo: el trabajo.

But we have already determined that the difference between a play activity and a work activity has nothing to do with the activity itself, but one's motivation for doing the activity. Astute readers will notice that only nine of our ten qualities were covered in our problem-solving analysis. A key quality: "Games are entered willfully" (Q1) was omitted<sup>37</sup>.

Traduciendo:

"Pero ya hemos determinado que la diferencia entre una actividad lúdica y una actividad laboral no tiene nada que ver con la actividad en sí, sino con la motivación de uno para realizar la actividad. Los lectores notarán que solo nueve de nuestras diez cualidades fueron cubiertas en nuestro análisis de resolución de problemas. Una cualidad clave se

37. Jesse Schell, *The Art of Game Design* (EEUU: Elsevier, 2008), 23-38.

omitió: “Los juegos son creados con una intención” (Q1).

Los juegos no pueden ser solo una actividad que soluciona problemas, el que juega tiene que tener esa “especial actitud” considerada esencial para la naturaleza del juego. Una definición que cubre las diez cualidades sería:

- *A game is a problem-solving activity, approached with a playful attitude.*
- *Un juego es una actividad de resolución de problemas, abordada con una actitud lúdica.*

Resumiendo, se puede concluir que:

- *La diversión es placer con sorpresas.*
- *El juego es una manipulación que satisface la curiosidad.*
- *Un juguete es un objeto con el que juegas.*
- *Un buen juguete es un objeto con el que es divertido jugar.*
- *Un juego es una actividad de resolución de problemas que se aborda con una actitud lúdica.*

## CARACTERÍSTICAS Y FUNCIONES DEL JUEGO

A continuación se hace una recopilación de las características y funciones del juego, para así tener una mayor claridad sobre el impacto que tiene esta actividad en el ser humano.

- **El juego es una actividad universal, vital y es motor de desarrollo humano:** El juego es una actividad necesaria, tanto en edades infantiles como en adultas. El juego no solo te enseña a desenvolverte en el mundo que te rodea, sino que además, a través de esta actividad aprendes a identificar las capacidades y limitaciones

que tienes como ser humano (que eres capaz de hacer y que no). Como actividad que se desarrolla en todas las culturas, el juego contiene un gran factor socializador, cuestión imprescindible en el ser humano. Además de todo esto, el juego también sirve como distracción para eliminar el estrés y las preocupaciones que se puedan tener en cualquier momento.

- **Debemos entender el juego como una actividad lúdica, placentera, divertida y alegre:** El juego está destinado a causar placer y satisfacción a quien lo realiza, ya que es una actividad que produce bienestar, alegría y diversión, y que por lo general, satisface los deseos de forma inmediata.

Los niños encuentran placer en el juego: porque mientras juegan satisfacen su curiosidad sobre el mundo que les rodea; porque se sienten activos, capaces y protagonistas, al ser ellos quienes deciden jugar o no y a qué jugar; porque experimentan y ponen en práctica su fuerza, sus habilidades, su imaginación, su inteligencia, sus emociones y sus afectos<sup>38</sup>.

- **El juego es un fin en sí mismo:** Realmente no existe una finalidad para jugar, cuando se juega, se hace por placer. Lo importante no es lo que conseguimos con el juego, no buscamos un fin, sino que lo realmente importante es el proceso.
- **El juego surge de manera voluntaria y libre:** Lo único que hay que tener en cuenta únicamente en el juego son las propias restricciones que pone el propio juego, es decir, las reglas. Por eso la persona que juega tiene que sentirse libre al hacerlo, expresándose de la forma que quiera. El juego tiene una motivación intrínseca, el juego no puede estar coaccionado, si no que la persona debe sentirse libre de poder elegir jugar, si no el juego estaría perdiendo su esencia.
- **El juego implica actividad:** Muchos de los juegos impli-

38. Marta Ruiz Gutiérrez, "El juego: Una herramienta importante para el desarrollo integral del niño en Educación Infantil" (trabajo de fin de grado, Universidad de Cantabria, 2017), 14, <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/11780/RuizGutierrezMarta.pdf?sequence=>

can movimiento, comunicación y expresión. Pero incluso, cuando los juegos no son motores, estos requieren de una actividad cognitiva, obligándolos a estar activos psíquicamente. Es así como el jugar siempre genera en el ser humano cierto esfuerzo que lo hace mantener activo, ya sea física o mentalmente.

- **El juego debe considerarse como una actividad seria:** Para los niños jugar es tan importante como para los adultos es trabajar. Si se le da el valor correspondiente al juego, este puede llegar a utilizarse como una potente herramienta de aprendizaje.
- **Tiene función potenciadora del desarrollo y el aprendizaje:** El juego es una experiencia potenciadora del aprendizaje para el ser humano, ya que a través de él, el individuo pone a prueba sus capacidades. Al jugar, se produce un aprendizaje significativo, ya que la persona aplica sus conocimientos y habilidades previas, al mismo tiempo que, mientras juega, aprende y desarrolla nuevas competencias. Además de esto, el juego permite crear realidades ficticias, por lo que el temor y el fracaso desaparecen o se reduce, esto sucede porque no hay una preocupación por los resultados de la actividad, ya que el juego no está diseñado para ello. Sin embargo, hay que destacar, que este miedo puede aparecer si se le presiona a la persona de obtener un resultado, por ejemplo, imponiendo algún objetivo que se deba cumplir.
- **El juego tiene una función de adaptación afectivo-emocional:** Las personas se enfrentan continuamente a cambios tanto sentimentales como emocionales, esto, sobre todo se suele ver en los niños, aunque no se descarta que en la adulta también suceda. Estos cambios producen, a veces, inseguridad y ansiedad, haciendo incapaz al ser humano de superar el problema. El juego, puede ser utilizado como un modo de expresión y exteriorización de los sentimientos y preocupaciones. Con el juego, las personas son capaces de comprender,

asimilar, e incluso reducir la ansiedad ocasionada por estas preocupaciones. El juego ayuda a observar desde otra perspectiva los problemas y preocupaciones, favoreciendo en muchas ocasiones la superación de estos, y en consecuencia, la mejora del autoestima de las personas.

- **La actividad lúdica favorece la comunicación y la socialización:** El juego cumple una importante función social tanto en los niños como en los adultos. El juego a los niños les proporciona ese primer contacto tanto con sus iguales como con los adultos, así los niños pueden establecer relaciones de comunicación y mediante esta actividad los adultos pueden enseñar a los niños. Muchas veces, incluso, los niños imitan a los adultos mediante el juego. Por otro lado, el juego entre los adultos permite conservar la comunicación entre la gente que se rodea, y muchas veces, incluso, ayuda a crear o estrechar estas relaciones.
- **El juego es un antídoto contra la soledad, el aislamiento, la ansiedad y la depresión:** Cuando se juega con ganas y energía, se mezclan endorfinas que elevan el espíritu del ser humano, distrayendo el dolor, el miedo y otras cargas físicas y emocionales. Al jugar con otras personas, también se recuerda que no estamos solos en este mundo y esto facilita la conexión con otros de manera más agradable y significativa, lo que ayuda a las personas a dejar de lado la soledad.
- Por último, pero no menos importante, hay que resaltar el **carácter holístico** que tiene el juego, proporcionando al ser humano un desarrollo integral y significativo.

Toda actividad física y mental que realizan cuando juegan produce a su vez la activación de las fibras nerviosas, asociaciones y conexiones neuronales, que impulsan la maduración y desarrollo del sistema nervioso, base fisiológica del desarrollo y el aprendizaje<sup>39</sup>.

39. Marta Ruiz Gutiérrez, "El juego: Una herramienta importante para el desarrollo integral del niño en Educación Infantil" (trabajo de fin de grado, Universidad de Cantabria, 2017), 17, <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/11780/RuizGutierrezMarta.pdf?sequence=>

## EL JUEGO EN LA EDAD ADULTA

Como nombramos al principio de esta investigación el juego es una actividad que siempre ha estado presente en la historia, pero es importante reconocer que en algún punto se ha asociado exclusivamente como algo infantil. Es verdad que la mayoría de los autores expresan en sus teorías que el juego tiene una importancia crucial en el desarrollo del niño, pues en recopilación a sus investigaciones concretan que el juego es un medio de aprendizaje de habilidades cognitivas, sociales y motoras. Aunque esto sea cierto, el juego no solo es una aportación en las edades infantiles, sino que también lo sigue siendo en la edad adulta.

A partir de la adolescencia, el aspecto lúdico no es que desaparezca sino que se transforma. El juego pasa de ser una herramienta de aprendizaje y exploración del mundo exterior, para convertirse en una forma de socialización. Es aquí donde aparecen otras formas de juego<sup>40</sup>.

Aunque el juego sea una actividad que hace sentir más vivo al ser humano, en algún momento entre la niñez y la edad adulta, muchas personas dejan de jugar, y esta actividad es sustituida por el trabajo y las responsabilidades que los adultos adquieren al hacerse mayor. El problema es que, en muchas ocasiones, los adultos llegan a olvidar por qué juegan. Pero hay muchas razones para jugar.

El juego no es un lujo, es una necesidad. De hecho, jugar es tan importante como lo es la salud física y mental, como lo es dormir, comer bien o ejercitarse. El juego nos enseña cómo gestionar y transformar nuestras emociones y experiencias negativas. El juego potencia el aprendizaje y ayuda a aliviar el estrés, y conecta a las personas con el mundo que les rodea. Incluso a nivel laboral, el juego puede ser una gran ayuda para llevar una jornada laboral más productiva y placentera. El ser humano puede permitirse jugar y puede

40. Ame Rodriguez, "porque es tan importante que sigamos jugando cuando somos adultos", *Hipertextual*, 2015, acceso noviembre 2020. <https://hipertextual.com/2015/06/jugando-cuando-somos-adultos>

seguir disfrutando de los beneficios del juego durante toda la vida. El juego no tiene edad. Y puede programarse e integrarse dentro de la vida cotidiana, sin tener que sentirse culpable por ello<sup>41</sup>.

En las personas adultas el juego se presenta con cualidades similares a las que se presentan en los niños, ya que la persona mayor aún sigue teniendo que aprender y madurar. Es así como el juego, entendido como una práctica que se lleva a cabo de manera consciente, cobra fuerza en las personas adulta en dos sentidos: el primero, como una práctica que facilita la diversión y la construcción de alternativas de vida que superan la instrumentalización de la existencia, y el segundo, como una posibilidad de acercarse desde la complejidad de la adultez a una experiencia lúdica cada vez más compleja y llena de significados.

Esto no debe confundirse con una invitación a sacar el niño interior que los adultos llevan dentro para realizar las acciones del juego, porque ello equivaldría a poner el juego como práctica solo de la infancia, lo que en realidad se propone es que la persona pueda seguir fortaleciendo sus habilidades cognitivas y motoras a través del juego, al mismo tiempo que fortalece lazos de convivencia con sus personas cercanas<sup>42</sup>.

## EL JUEGO Y LA FELICIDAD

Gracias a las características y funciones concretadas anteriormente, sabemos que el jugar contribuye a aumentar la motivación y a mejorar la capacidad de aprendizaje del individuo. Por otro lado, es importante resaltar los efectos que genera el juego en la química de nuestro cerebro.

La neurociencia, la ciencia que estudia el sistema nervioso y todos sus aspectos, resalta que el juego estimula varios

41. Eva María Rodríguez, "Jugar no es solo cosa de niños", *La mente es maravillosa*, 24/1/2020, acceso noviembre 2020. <https://lamenteesmaravillosa.com/jugar-no-es-solo-cosa-ninos/>

42. S.A, "El juego en los adultos", *Magisterio*, 18/01/2017, acceso noviembre 2020. <https://www.magisterio.com.co/articulo/el-juego-en-los-adultos>

neurotransmisores de nuestro cerebro, especialmente cuatro de ellos, los cuales son los responsables de la felicidad: la dopamina, la oxitocina, la serotonina y las endorfinas, también conocidas con la sigla *DOSE*.

**La dopamina** es considerada como una droga o sustancia que da placer, y se libera justo antes de recibir una recompensa, de allí su constante asociación cuando se habla de jugar, ya que el cerebro libera este neurotransmisor cuando percibe que ha recibido un premio. Esto, en muchas ocasiones, contribuye con la motivación del individuo. Asociar una acción con su reacción estimula, en este caso, el aprendizaje.

**La oxitocina**, por otro lado, es capaz de fomentar confianza en los individuos, y de esta forma, la unión y los vínculos afectivos entre ellos. Este neurotransmisor se libera cuando las personas se involucran en una historia o narrativa, e incluso cuando se participa en algún tipo de proyecto con destacados aspectos sociales. Este tipo de involucración y sentimiento de empatía, estimulado debidamente, promueve el recuerdo a largo plazo.

**La serotonina**, en cambio, es un neurotransmisor que se encarga de regular el estado de ánimo y la felicidad de las personas. Se activa cuando se obtiene importancia de uno por parte de otros individuos o se obtiene algún reconocimiento. Los rankings, las medallas o trofeos de un juego pueden ser buenos activadores de la serotonina.

**Las endorfinas**, por último, son unos opioides que pueden llegar a producir euforia en las personas. El superar los retos que propone el juego hace que se liberen las endorfinas que hacen al individuo querer seguir progresando<sup>43</sup>.

43. Andrzej Marczewski, "4 essential neurotransmitters in gamification", *Gamified UK*, 15/6/2015, acceso noviembre 2020. <https://www.gamified.uk/2015/01/05/neurotransmitters-you-should-know-about-in-gamification/>



## TIPOS DE JUEGOS

Es importante reconocer que los juegos contienen diferentes dinámicas, y por lo tanto, diferentes desarrollos y resultados. Incluso, hay ciertos juegos donde se necesitan materiales muy diferentes a otros. Para poder realizar una clasificación de los juegos se puede atender a diferentes criterios, por lo que no existe una clasificación universal, tan sólo podemos atenernos a lo que más nos interesa. En este caso nos centraremos en la clasificación de la autora Montes:

- **Juegos populares:** Se denominan de esta forma los juegos del cual su origen es desconocido, pero que en algún momento fueron creados para satisfacer las necesidades de los individuos. Estos juegos se han transmitido de generación en generación a lo largo de los años, traspasando las barreras de los países y llegando a ser jugados de manera universal. Un ejemplo de esto es el juego de *las escondidas*.
- **Juegos tradicionales:** Son aquellos que también se han transmitido de generación en generación, pero son típicos de un solo país o región. Estos juegos están vinculados a la historia o desarrollo cultural de cada lugar. Algunos juegos tradicionales han logrado popularizarse y se han expandido a otros países adaptando sus propias cualidades. Un ejemplo de este tipo de juegos es *la petanca, las bolas criollas venezolanas o el dominó*.
- **Juegos infantiles:** Son los juegos que están enfocados al desarrollo integral de los niños, de los cuales pueden aprender y fortalecer sus habilidades. Jean Piaget, pedagogo francés, ya mencionado previamente, a través de sus teorías, hace una división de 3 juegos infantiles:
  - **Juegos funcionales:** Conocidos también como juegos de ejercicios. Los niños los realizan desde su nacimiento hasta los dos años. Consiste en repetir un juego una y otra vez, solo para obtener placer y des-

pertar el área sensorio motriz.

- **Juegos simbólicos:** Conocido como el estado pre-operacional, va desde los dos años hasta los seis años. Aquí el niño empieza a utilizar su creatividad e imaginación creando un ambiente completo, ya sea con personas, reglas y escenarios propios. También en esta etapa se favorece el lenguaje.
- **Juegos de reglas:** Este juego permite a los niños interactuar entre ellos, a través del seguimiento y cumplimiento de normas. Además enseña conceptos de victorias y pérdidas, como manejar la frustración o mejorar las habilidades.
- **Juegos exteriores:** Se tratan de juegos al aire libre y mayormente en compañía de varios jugadores para un mejor desarrollo del mismo. Estos juegos tienen la intención de socializar y unir lazos entre las personas.
- **Juegos de construcción:** Son juegos que traen diversas piezas que se pueden armar cuando se juntan varias de ellas. De manera que pueden crearse muros, edificaciones o figuras. Un ejemplo claro de este tipo de juegos son los *Legos*.
- **Juegos de mesa:** Existen numerosas variaciones de estos juegos, obteniendo distintos niveles de complejidad. Están creados para promover la socialización y unir lazos entre las personas, y al mismo tiempo, favorecen el desarrollo de las habilidades mentales. Ejemplos de este tipo de juego son *el parchís, el monopoly, o los juegos de preguntas y respuestas*.
- **Juegos de agilidad mental:** Estos juegos ayudan a afianzar la resolución de problemas, el uso de la creatividad y el pensamiento abstracto. Son ideales para activar el cerebro y prevenir enfermedades degenerativas. Algunos ejemplos de este tipo de juego pueden ser *el ajedrez, memorias o rompecabezas*.
- **Juegos de azar:** Son muy conocidos en la industria del entretenimiento y las ganancias. Son juegos que demandan destreza mental, estrategia y un toque de suer-

te. Como ejemplos de estos juegos están *el poker, el bingo y la ruleta de la fortuna*.

- **Juegos de rol:** En estos juegos los participantes tienen que imitar o adquirir cualidades y características de otros personajes, animales, plantas, objetos e incluso acciones. El objetivo es que el resto de los participantes adivine lo que se está imitando. Algunos de estos tipos de juego son *Adivina quien, Charadas o Mímicas*.
- **Juegos cooperativos:** También llamados juegos de equipo, la finalidad es llevar a tu equipo a la victoria, usando y combinando las habilidades de cada miembro, de manera que el equipo se fortalezca.
- **Juegos de competencia:** Esta clase de juegos tienen como finalidad la victoria, y los participantes compiten por ser el mejor jugador. Por lo general existe un solo ganador, a menos que sea un juego entre equipos. Ejemplos de este tipo de juegos son *Búsqueda del tesoro* o incluso el *UNO*.
- **Juegos virtuales:** Son los juegos del siglo XXI y en la actualidad son los que se encuentran más presentes. Estos desarrollan capacidades multifuncionales, ampliando la atención y la capacidad de observación.
  - **Videojuegos:** Su primera aparición fue con las consolas, donde se utilizaban controles especializados para manejar los personajes. Hoy en día han evolucionado y se presentan en formato para ordenadores o consolas portátiles. Actualmente estos juegos pueden ser jugados *online*, al ser jugados a tiempo real a través de la web, u *offline*, que no necesiten conexión para jugar. Además puedes jugar de manera individual o multijugador. Ejemplos de estos juegos pueden ser el *Mario Bros* o el *Street Fighter*.
  - **Aplicaciones móviles:** Esta es otra parte de la evolución de los juegos virtuales hacia los móviles. Desde juegos clásicos hasta juegos más modernos, son posibles gracias a las tiendas de aplicaciones móviles. De esta forma se pueden llevar juegos de diversas

categorías a todas partes de una manera muy práctica. Podemos encontrar todos los juegos mencionados anteriormente, solo que en formato virtual<sup>44</sup>.

44. Elena Montes, "Los 12 tipos de juegos que existen (y sus características)", *Estilonext*, s.f, acceso en noviembre 2020. <https://estilonext.com/estilo-de-vida/tipos-de-juegos>

## CONCLUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN PRIMARIA

De acuerdo a las investigaciones realizadas se ha encontrado un déficit en el conocimiento de temas políticos por parte de los ciudadanos, especialmente en los jóvenes. El conocimiento de la política es un componente clave para los ciudadanos pues obliga a los dirigentes a tener una política transparente, sincera y acorde a los intereses del bien común.

No es sorpresa que las personas no demuestren interés por el aprendizaje de este campo, la complejidad de los distintos términos, teorías y pensamientos suelen ser abrumadores para alguien que desconoce completamente el tema. Mediante los resultados del proyecto de Educación Cívica se demuestra que proporcionando estrategias y oportunidades que incentiven y desarrollen las habilidades y motivaciones de las personas respecto al conocimiento de la política, se puede obtener resultados satisfactorios.

El juego, como potenciador del aprendizaje desarrolla las habilidades cognitivas, sociales y emocionales de las personas y las conecta con el mundo que les rodea. El individuo pone a prueba sus capacidades, se produce un aprendizaje significativo aplicando las habilidades y conocimientos previos al mismo tiempo que se aprende y desarrollan nuevas competencias.

Se propone, de esta forma, que el juego sea la estrategia que se utilice para que los ciudadanos puedan tener un conocimiento de los aspectos básicos de la política, desarrollando tanto un pensamiento crítico de las diferentes ideologías como una iniciativa en la toma de decisiones respecto a la forma de gobierno, más adaptable o beneficiosa para el bien común de la sociedad.





## 03/ INVESTIGACIÓN ESPECÍFICA





## JUEGO DE MESA

### JUEGOS DE MESA. DEFINICIÓN

Un juego de mesa es todo aquel que necesita de una superficie plana para ser realizado. También existen los denominados juegos de tablero, los cuales se definen por una superficie plana delimitada, que es principalmente donde se desarrolla el juego. Estos conceptos suelen utilizarse como sinónimos y aunque mantienen semejanzas, el juego de mesa es un concepto más amplio.

Normalmente los juegos de mesa demandan a los jugadores el uso de un razonamiento táctico o estratégico, coordinación, destreza manual, memoria, capacidad deductiva u otras habilidades. Existen otros tipos de juegos que se basan solamente en el azar. Normalmente no requieren de una actividad física por parte de los jugadores, aunque sí pueden existir acciones que impliquen levantarse de la mesa para realizar algún movimiento<sup>45</sup>.

### ELEMENTOS/COMPONENTES DENTRO DE LOS JUEGOS DE MESA

Una característica que define a los juegos de mesa es la utilización de distintos materiales para su desarrollo: tableros, fichas, cartas, dados, entre otros. La existencia de estos elementos variará dependiendo del tipo de mecánicas y dinámicas que se empleen dentro del juego. Los más comunes son:

- **Tablero:** son piezas normalmente de madera o de cartón donde normalmente se desarrolla el juego. Pueden existir tanto un tablero central como tableros persona-

45. Antonio Catalán, "Cultura y juego de mesa analógicos" (Trabajo de Fin de Grado, Universitat Oberta de Catalunya, 2020), 27, <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/121635/6/acatalanviTFM0820.pdf>

46. Antonio Catalán, "Estudio sobre la evolución del juego de mesa y su transformación en producto editorial" (Proyecto final de Licenciatura, Instituto Superior de Educação e Ciências, 2016), 86, [https://www.academia.edu/29616384/Estudio\\_sobre\\_la\\_evoluci%C3%B3n\\_del\\_juego\\_de\\_mesa\\_y\\_su\\_transformaci%C3%B3n\\_en\\_producto\\_editorial\\_Criterios\\_para\\_la\\_edici%C3%B3n\\_producci%C3%B3n\\_y\\_comercializaci%C3%B3n\\_de\\_un\\_juego\\_de\\_mesa](https://www.academia.edu/29616384/Estudio_sobre_la_evoluci%C3%B3n_del_juego_de_mesa_y_su_transformaci%C3%B3n_en_producto_editorial_Criterios_para_la_edici%C3%B3n_producci%C3%B3n_y_comercializaci%C3%B3n_de_un_juego_de_mesa)

47. Germán Palomar Millán, "Los juegos de mesa. Creación y Producción" (Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Granada, 2012), 49, [https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/29363/German\\_Palomar](https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/29363/German_Palomar).

48. Antonio Catalán, "Cultura y juego de mesa analógicos" (Trabajo de Fin de Grado, Universitat Oberta de Catalunya, 2020), 56-65, <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/121635/6/acatalanviTFM0820.pdf>

les para cada jugador. Sobre dicho tablero se colocan los demás elementos utilizados en el juego, por ejemplo, dados, fichas, etc.

- **Cartas:** suelen contener información necesaria para llevar a cabo el juego. Las cartas contienen diferentes funciones dependiendo de la información que proporcionen dentro del juego (pueden ser cartas meramente estéticas, o cartas esenciales del juego).
- **Fichas:** son utilizadas como marcadores, losetas o fichas de juegos. El tamaño y forma de estos elementos suele variar dependiendo de la utilidad dentro del juego.
- **Dados:** son cubos con una inscripción en cada uno de sus lados. Los dados tradicionales tienen puntos que hacen referencia a los números del 1 al 6 en cada uno de sus lados, aunque también se pueden confeccionar con números o figuras según la demanda del juego<sup>46</sup>.
- **Peones de juego:** son elementos utilizados para representar a los jugadores. Normalmente se representan con diferentes colores (suelen ser colores básicos), y de esta forma se determina el recorrido que realiza cada jugador<sup>47</sup>.

## LOS JUEGOS DE MESA MODERNOS ENFOCADOS HACIA LA EXPERIENCIA DE USUARIO

Los juegos de mesa modernos (Modern Board Games) son aquellos nacidos a partir de los años 90 que utilizan de manera plena el concepto de edición, con un autor y un proceso editorial<sup>48</sup>.

El término es utilizado para diferenciar los juegos que contienen un dedicado proceso de edición y diseño enfocado hacia la experiencia del jugador de los denominados juegos comerciales, clásicos, o familiares creados antes de la industrialización. En 2008 se empieza a utilizar el término en

diferentes campos como la educación, computación, psicología o el diseño, pero no es hasta el 2010 que es oficialmente aceptado.

Hunicke, LeBlanc y Zubek definen tres campos para englobar el concepto de los juegos de mesa modernos: MDA (Mechanics, dynamics, aesthetics), interpretándose como:

- **Mecánicas:** son las reglas del juego, todas las leyes del juego.
- **Dinámicas:** el sistema donde se desarrolla el juego y lo que hacen los jugadores.
- **Percepción:** la experiencia y las sensaciones que produce en los jugadores.

Estos tres campos se entrelazan entre sí, realizando un elemento u otro. Es una mezcla que forma un todo a las cuales se les puede añadir características como el tiempo o el azar.

El concepto MDA indica que el jugador percibe el producto en el orden: percepción, dinámica, mecánica, siendo diseñados a la inversa, desde la mecánica, para acabar en la percepción. Cualquier diseño de juego de mesa parte de algo que se denomina idea o concepto, la cual debe de ir formada por estos tres elementos.

Por ejemplo: “Vamos a diseñar un juego con dados, en que se tendrán que coleccionar objetos en un mundo de piratas de fantasía”. Los dados marcan las mecánicas, la colección de objetos es la dinámica y la percepción se basa en sentir un mundo pirata fantástico, con la introspección y sensaciones que pueda motivar al jugador<sup>49</sup>.

A este proceso de creación por parte del diseñador se añade la intervención editorial, la cual orienta el proceso del jugador mediante un diseño creativo, es decir, el editor

49. Antonio Catalán, “Cultura y juego de mesa analógicos” (Trabajo de Fin de Grado, Universitat Oberta de Catalunya, 2020), 60-64, <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/121635/6/acatalanviTFM0820.pdf>

modifica el trabajo del autor, y orienta su trabajo al jugador, no solo para conseguir la venta, si no para conseguir una aceptación por parte del mismo jugador. La intervención por parte del editor es lo que diferencia a los juegos de mesa modernos de los anteriores.

El editor recibe o encarga un diseño de juego de mesa, conceptualizado por el autor a partir de una idea que cuenta con mecánicas, dinámicas y percepciones. El editor realiza una evaluación del producto, en base unos parámetros orientados al jugador, pensando en el diseño, el coste, la producción y el beneficio. El juego puede tener unas premisas básicas en cuanto al tema, diseño y dinámicas de juego, pero el editor evaluará el juego pensando en un lugar determinado, conceptualizando el diseño de producción, la ilustración y el diseño gráfico, orientando a unos costes asumibles dentro de una producción posible en tiempo, para obtener un beneficio empresarial<sup>50</sup>.

## CLASIFICACIÓN DE LOS JUEGOS DE MESA

En la actualidad existe un debate continuo sobre la clasificación de los juegos de mesa, distintos autores han utilizado diferentes parámetros sin llegar a una clasificación universal. Sin pretender llegar a una conclusión de cuáles parámetros son acertados, se reúnen diferentes teorías que exponen y aclaran los conceptos más utilizados en el mundo de los juegos de mesa.

Sousa realiza una esquematización de las diferentes tipologías de juegos en una línea temporal. Aunque esta clasificación es reconocible y comprendida por los editores y jugadores, las divisiones y subdivisiones pueden variar y añadirse otras (fig.2).

50. Antonio Catalán, "Cultura y juego de mesa analógicos" (Trabajo de Fin de Grado, Universitat Oberta de Catalunya, 2020), 60-64, <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/121635/6/acatalanviTFM0820.pdf>

- **Juegos tradicionales (traditional and classic board games):** sin autor conocido, sin derechos comerciales.
- **Juegos de producción masiva (mass market):** propiedad de los fabricantes y de producción masiva, no prestan atención al diseño del juego, el autor o al jugador.
- **Juegos familiares (family games):** para un mercado masivo, con mecánicas y reglas muy parecidas entre ellos y muy dependientes del azar.
- **Juegos de género (pulp games):** inspirados en películas, libros o productos creativos, con mecánicas de otros juegos, añadiendo el tema.
- **Juegos para fiesta (party games):** sencillos, para grupos, enfocado a la interacción social.
- **Juegos de especialista (hobby games):** el tema y las mecánicas son originales, reconocidas y enfatizadas, pertenecientes a pequeñas editoriales.
- **Juegos de guerra (wargames):** juegos de simulación histórica, con la idea de simular un conflicto.
- **Juegos de rol (role-play games):** juegos cooperativos, en los que mediante la interpretación los jugadores se enfrentan a una aventura ficticia, arbitrada por uno de ellos en un entorno controlado.
- **Juegos americanos (ameritrash):** juegos diseñados con un fuerte componente temático y de mecánicas complejas. Diseñado en países anglosajones.
- **Juegos europeos (eurogames):** simplificación de temas, con el azar casi eliminado, reglas sencillas, varios modos de conseguir la victoria, duración limitada y componentes de calidad.
- **Juegos de cartas coleccionables (collectible card games):** juego de cartas en que se crean mazos individuales de juego por la compra de cartas, que crean múltiples combinaciones.

Por otro lado, el autor Catalán, realiza una clasificación de los juegos de mesa modernos basándose en el concepto MDA antes mencionado. Catalán expone que todos los jue-

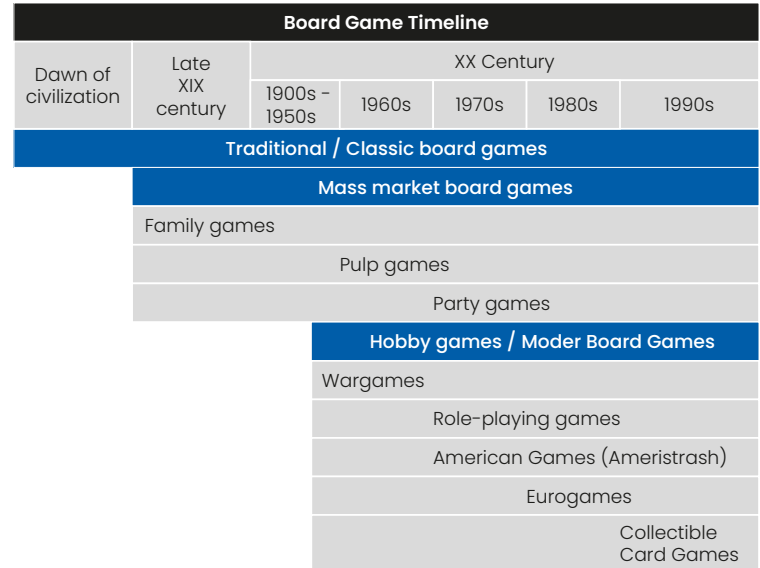


FIG.2. LÍNEA DE TIEMPO DE LOS JUEGOS DE MESA

gos pueden ser clasificados dentro de los parámetros de unas reglas (mecánicas), una forma de hacer (dinámicas) y unas sensaciones producidas (percepción). Además de estos parámetros pueden existir otras características clasificatorias como lo son el tema, la duración o el número de jugadores, pero el autor considera estas características como un factor subjetivo el cual depende de los jugadores y su experiencia. De esta forma se definen los juegos de mesa modernos por sus mecánicas, dinámicas y percepciones, añadiendo como específicas de cada uno: temática, duración, jugadores y edad:

- **Eurogames:** juegos que buscan una socialización entre los jugadores, con mecánicas igualitarias para todos y enfoques tematizados agradables.
- **Ameritrash:** juegos que buscan el enfrentamiento, con una fuerte influencia de la experiencia, con temáticas que usan el azar y muchos elementos.
- **Wargames:** juegos de confrontación y simulación sobre un episodio temático o bélico, en que la estrategia prima sobre la suerte.
- **Juegos de rol:** juegos cooperativos donde el objetivo es vivir una experiencia en un universo ficticio que se desarrolla conjuntamente con un árbitro
- **Juegos coleccionables:** utiliza elementos coleccionables para crear un conjunto de juegos únicos, en que el enfrentamiento individual y la victoria es el objetivo.
- **Party games:** juegos socializantes que utilizan habilidades o conocimientos universales<sup>51</sup>.

De igual forma se atiende al autor Zagal el cual define unos parámetros de acuerdo a la interacción entre los jugadores, lo cual determina las mecánicas del juego y cómo éstas funcionan para alcanzar el objetivo del juego:

- **Competitivos:** la mecánica principal se desarrolla por confrontación directa con otros jugadores, desarrollando

51. Antonio Catalán, “Cultura y juego de mesa analógicos” (Trabajo de Fin de Grado, Universitat Oberta de Catalunya, 2020), 58-66, <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/121635/6/acatalanviTFM0820.pdf>

estrategias que se oponen a las acciones de los demás jugadores. El objetivo es realizar acciones que beneficien al propio jugador y limiten a los demás jugadores.

- **Colaborativos:** son aquellos donde todos los jugadores trabajan en equipo contra el tablero, las propias mecánicas del juego actúan en función del azar o en consecuencia de las acciones de los jugadores. En estos juegos suele pasar que si un jugador pierde, todos pierden, y por tanto requieren una estrategia coordinada para ganar.
- **Cooperativos:** son aquellos en donde la situación que plantea el juego requiere que dos o más jugadores tengan intereses u objetivos en común. Este tipo de juego no asegura que los jugadores se beneficien equitativamente, de igual manera se incluyen mecanismos de negociación.
- **Multisolitarios:** la interacción entre los jugadores es poca o nula. Son juegos que pueden jugarse en solitario o con gente, y cada jugador puede resolver las acciones del juego prácticamente solo. Se incluyen también los juegos donde la interacción entre los jugadores es poco relevante para el desarrollo del juego<sup>52</sup>.

## ANÁLISIS DE JUEGOS DE MESA

Se realiza una investigación de diferentes juegos de mesa como análisis de la competencia y punto de apoyo para el proceso creativo y desarrollo de diseño. A la hora de realizar este análisis se utilizan los elementos de la experiencia de juego dictados por el autor Juan Carballal<sup>53</sup>, los cuales permiten clasificar y estudiar los diferentes apartados del juego de mesa mediante su descomposición.

Se presenta la tabla de análisis con los siguientes apartados:

52. Ricardo Victoria Uribe, Sandra Alicia Utrilla Cobos y Arturo Santamaría Ortega, "Diseño de juegos de mesa. Una introducción al tema con enfoque para diseñadores industriales", *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*, núm.21, 2017, <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4779/477948279062/477948279062.pdf>

53. Juan Carballal «Elementos de la experiencia de juego», Youtube, Geek Out! AR, 4/12/2017, acceso en enero de 2021, [https://www.youtube.com/watch?v=9xy1\\_qHif9E](https://www.youtube.com/watch?v=9xy1_qHif9E)

54. S. A, «Corruptia - Tutorial Corto y Preciso», Youtube, Diluvio Lúdico, 9/7/2019, acceso en marzo 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=oLBy9yglOWs>

55. S. A, «Dominion - Gameplay 1 (Caja Básica 1/2)», Youtube, FrikiGuías, 29/5/2014, acceso en marzo 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=oLBy9yglOWs>

56. S. A, «Dominion - Gameplay 1 (Caja Básica 1/2)», Youtube, FrikiGuías, 29/5/2014, acceso en marzo 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=oLBy9yglOWs>

57. S. A, «Catán | Cómo se juega», Youtube, Not in my Game, 21/5/2016, acceso en marzo 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=oLBy9yglOWs>

58. IMisut, «Reseña: Star Realms», Misut Meeple, 29/4/2016, acceso en marzo 2021, <https://misutmeeple.com/2016/04/resena-star-realms/>

59. IMisut, «Reseña: Wingspan», Misut Meeple, 17/4/2019, acceso en marzo 2021, <https://misutmeeple.com/2019/04/resena-wingspan/>

60. IMisut, «Reseña: Through the Ages, Una Nueva Historia de la Civilización», Misut Meeple, 26/10/2016, acceso en marzo 2021, <https://misutmeeple.com/2016/10/resena-through-the-ages-una-nueva-historia-de-la-civilizacion/>

61. Doctor Meeple, «Reseña de Secret Hitler», Doctor Meeple, 12/9/2018, acceso en marzo 2021, <https://doctormeeple.es/2018/09/12/secret-hitler/>

62. IMisut, «Reseña: Twilight Struggle», Misut Meeple, 12/10/2016, acceso en marzo 2021, <https://misutmeeple.com/2016/10/resena-twilight-struggle/>

63. The Contender. 2008. Acceso en marzo 2021. <https://www.thecontender.us/>

64. Kickstarter. 2018. "Statecraft - a Political Strategy Game for 2-6 players". Acceso en marzo de 2021. <https://www.kickstarter.com/projects/itbboardgames/statecraft-a-political-strategy-game-for-2-6-playe>

- **Temática:** es el contenido o motivo en el cual se basa el universo del juego.
- **Ambientación:** define como ven el mundo los personajes del juego, en este apartado se especifica el escenario de juego.
- **Objetivo:** especifica la finalidad del juego.
- **Mecánicas:** determinan las acciones que desarrollan los jugadores (las reglas).
- **Componentes:** son los objetos o elementos físicos que utiliza el juego para ser desarrollado.
- **Dinámicas:** expresan el objetivo del juego y la interacción entre los jugadores, que es lo que se quiere lograr con el juego, cual es el propósito del juego.
- **Tiempo de juego:** especifica cuánto dura una partida del juego.
- **Número de jugadores:** especifica el número de personas que pueden jugar una partida.
- **Edad:** expresa la edad mínima sugerida para jugar.
- **Estilo gráfico:** análisis del tratamiento gráfico empleado para los componentes o elementos del juego.
- **Materiales:** análisis de los diferentes materiales utilizados en el juego.
- **Año de publicación:** expresa el año de lanzamiento del juego.
- **Autor:** indica el creador del juego de mesa.
- **Editoriales:** indica las empresas que se han encargado de comercializar el juego.

Por un lado se analizan juegos con temáticas políticas, estudiando su historia y estructura de juego, y por otro lado, juegos con una temática totalmente diferente a la política pero estudiando otros componentes como lo es el estilo gráfico. Se analizan los juegos: *Ciudadelas*<sup>54</sup>, *Corruptia*<sup>55</sup>, *Dominion*<sup>56</sup>, *Catan*<sup>57</sup>, *Star Realms*<sup>58</sup>, *Wingspan*<sup>59</sup>, *Trough the Ages*<sup>60</sup>, *Secret Hitler*<sup>61</sup>, *Twilight Struggle*<sup>62</sup>, *The Contender*<sup>63</sup>, *Statecraft*<sup>64</sup>.



## NOMBRE DEL JUEGO: CIUDADELAS

|                            |  |
|----------------------------|--|
| <b>TEMÁTICA</b>            | Política y sociedad  |
| <b>AMBIENTACIÓN</b>        | Pueblo medieval, fantasía  |
| <b>OBJETIVO</b>            | Construir una ciudad medieval  |
| <b>TIEMPO DE JUEGO</b>     | 60 minutos   |
| <b>NÚMERO DE JUGADORES</b> | 2 a 8 jugadores  |
| <b>EDAD</b>                | 10 años en adelante  |
| <b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>  | 2000   |
| <b>AUTOR</b>               | Bruno Faidutti   |
| <b>EDITORIALES</b>         | Hans im Glück, 999 Games, Arclight, Asmodee, Bergsala Enigma, Brain, Games, cutia.ro, Delta Vision Publishing, E L & M Productions |
| <b>ESTILO GRÁFICO</b>      | Ilustraciones estilo Art Nouveau cargadas de elementos y remates ornamentales  |

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>DINÁMICAS</b>   | Estrategia, azar, debate, bluffing (engaño)   |
| <b>MECÁNICAS</b>   | Selección de cartas, crear colecciones, selección de acciones simultáneamente, orden variable de turno, jugadores con distintos poderes   |
| <b>COMPONENTES</b> | 93 Cartas (56×87 mm.): 66 cartas de distrito, 8 cartas de personaje (originales), 10 cartas de personajes (expansión), 8 Cartas de ayuda, 30 monedas de plástico, carta de Corona, reglamento |
| <b>MATERIALES</b>  | Cartón (caja, monedas y ficha de rey), cartulina (cartas), papel (reglas)   |

## NOMBRE DEL JUEGO: CORRUPTIA

|                            |   |
|----------------------------|---|
| <b>TEMÁTICA</b>            | Política  |
| <b>AMBIENTACIÓN</b>        | Senadores/as en la cámara   |
| <b>OBJETIVO</b>            | Aprobar distintos proyectos que van a formar parte del programa de gobierno |
| <b>TIEMPO DE JUEGO</b>     | 60 minutos  |
| <b>NÚMERO DE JUGADORES</b> | 2 a 5 jugadores   |
| <b>EDAD</b>                | 14 años en adelante   |
| <b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>  | 2018  |
| <b>AUTOR</b>               | Cami Muñoz y Feño Casals  |
| <b>EDITORIALES</b>         | ZXG, Fractal Juegos   |
| <b>ESTILO GRÁFICO</b>      | Ilustraciones modernas de estilo cartoon                                    |

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>DINÁMICAS</b>   | Humor, negociación, bluffing (engaño), soborno, compra votos, chantajea   |
| <b>MECÁNICAS</b>   | Gestión de cartas en mano, posesión de Acciones, take That, votación  |
| <b>COMPONENTES</b> | 90 cartas de Proyecto de Ley, 20 cartas de chantaje, 5 cartas de Ayuda, 5 tableros de Senador, 33 trabajadores, 30 fichas de Apoyo Ciudadano, 1 dado del Pueblo, 1 ficha Presidencial, 1 libreta de puntaje, 1 Manual de Reglas |
| <b>MATERIALES</b>  | Madera (ficha de peones de senado), cartón (caja, fichas de apoyo ciudadano), cartulina (cartas), plástico (dado especial), papel (libreta de apuntes, reglas)  |

## NOMBRE DEL JUEGO: DOMINION

|                            |  |
|----------------------------|--|
| <b>TEMÁTICA</b>            | Política y sociedad  |
| <b>AMBIENTACIÓN</b>        | Pueblo medieval  |
| <b>OBJETIVO</b>            | Dominio de territorios y aumento de los recursos del reino siendo el jugador con más recursos (puntos) al final de la partida                        |
| <b>TIEMPO DE JUEGO</b>     | 30 minutos   |
| <b>NÚMERO DE JUGADORES</b> | 2 a 4 jugadores  |
| <b>EDAD</b>                | 13 años en adelante  |
| <b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>  | 2008   |
| <b>AUTOR</b>               | Donald X. Vaccarino  |
| <b>EDITORIALES</b>         | Rio Grande Games, 999 Games, Albi, Bard Centrum Gier, Conclave Editora, cutia.ro, Devir, Filosofía Éditions, Games Factory Publishing, Gém Klub Kft. |
| <b>ESTILO GRÁFICO</b>      | Ilustraciones estilo Art Nouveau cargadas de elementos y remates ornamentales  |

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>DINÁMICAS</b>   | Estrategia, azar, debate  |
| <b>MECÁNICAS</b>   | Selección de cartas, construcción de mazos, gestión de cartas en mano   |
| <b>COMPONENTES</b> | 130 cartas de Tesoro, 48 cartas de Victoria, 252 cartas de Reino, 30 cartas de Maldición, 33 cartas de Mazo Agotado, 7 cartas en blanco |
| <b>MATERIALES</b>  | cartón (caja), cartulina (cartas), papel (reglas)   |

## NOMBRE DEL JUEGO: CATAN

|                            |   |
|----------------------------|---|
| <b>TEMÁTICA</b>            | Conquista de territorios y sociedad   |
| <b>AMBIENTACIÓN</b>        | Construcción de carreteras, poblados y ciudades dentro de la isla   |
| <b>OBJETIVO</b>            | Cada jugador representa un colonizador que llega a la isla de Catan y debe expandirse por el territorio antes que los demás jugadores |
| <b>TIEMPO DE JUEGO</b>     | 120 minutos   |
| <b>NÚMERO DE JUGADORES</b> | 3 a 4 jugadores   |
| <b>EDAD</b>                | 10 años en adelante   |
| <b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>  | 1995  |
| <b>AUTOR</b>               | Klaus Teuber  |
| <b>EDITORIALES</b>         | KOSMOS, 999 Games, Albi, Astrel Games, Bergsala Enigma, Brain Games, Capcom Co., Ltd., Catan Studio, Competo / Marektoy               |
| <b>ESTILO GRÁFICO</b>      | Ilustraciones con un estilo realista y una temática colonial  |

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>DINÁMICAS</b>   | Táctica, estrategia, negociación, competición, azar   |
| <b>MECÁNICAS</b>   | Tiradas de dados, gestión de cartas en mano, tablero modular, construcción de rutas/redes, comercio   |
| <b>COMPONENTES</b> | 19 hexágonos de terreno (añadidas las 6 piezas limitatorias de puerto), 95 cartas de materia prima (19 de cada una), 25 cartas de desarrollo, 4 tablas de costes de construcción, 2 cartas especiales, 2 portacartas, figuras de juego (16 de ciudades, 20 de poblados, 60 de carreteras), 1 figura de ladrón, 18 fichas numeradas, 2 dados |
| <b>MATERIALES</b>  | Cartón (hexágonos de terreno + las piezas limitatorias de puerto, fichas, tablas de construcción, cartas especiales, caja), cartulina (cartas de desarrollo), papel (manual y reglas), plástico (figuras de juego y dados)  |

## NOMBRE DEL JUEGO: STAR REALMS

|                            |   |
|----------------------------|---|
| <b>TEMÁTICA</b>            | Espacio   |
| <b>AMBIENTACIÓN</b>        | Naves espaciales  |
| <b>OBJETIVO</b>            | Crear un potente ejército con el que atacar y destruir (derrotar) al enemigo.   |
| <b>TIEMPO DE JUEGO</b>     | 20 minutos  |
| <b>NÚMERO DE JUGADORES</b> | 2 jugadores   |
| <b>EDAD</b>                | 12 años en adelante   |
| <b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>  | 2014  |
| <b>AUTOR</b>               | Robert Dougherty y Darwin Kastle  |
| <b>EDITORIALES</b>         | White Wizard Games, ADC Blackfire Entertainment, ADC Blackfire Entertainment GmbH, Broadway Toys LTD, Devir, Games Factory Publishing, Hobby World, IELLO |
| <b>ESTILO GRÁFICO</b>      | Ilustraciones realistas con muchos elementos  |

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>DINÁMICAS</b>   | Estrategia, comercio, competición, azar   |
| <b>MECÁNICAS</b>   | Selección de cartas, construcción de mazos, gestión de cartas en mano, eliminación de jugadores, take that  |
| <b>COMPONENTES</b> | 128 Cartas (63,5×88 mm.): 30 cartas básicas, 18 cartas de puntos de autoridad, 80 cartas de facción, reglamento para 2 jugadores, reglamento multijugador |
| <b>MATERIALES</b>  | Cartulina (cartas)  |

## NOMBRE DEL JUEGO: WINGSPAN

|                            |  |
|----------------------------|--|
| <b>TEMÁTICA</b>            | Naturaleza y animales  |
| <b>AMBIENTACIÓN</b>        | Aves   |
| <b>OBJETIVO</b>            | Intentar descubrir y atraer a las aves más interesantes a vuestros aviarios  |
| <b>TIEMPO DE JUEGO</b>     | 40 a 70 minutos  |
| <b>NÚMERO DE JUGADORES</b> | 1 a 5 jugadores  |
| <b>EDAD</b>                | 10 años en adelante  |
| <b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>  | 2019   |
| <b>AUTOR</b>               | Elizabeth Hargrave   |
| <b>EDITORIALES</b>         | Stonemaier Games, 999 Games, Delta Vision Publishing, Feuerland Spiele, Ludofy Creative, Maldito Games, Matagot, Rebel |
| <b>ESTILO GRÁFICO</b>      | Ilustraciones realistas digitales  |

|                    |  |
|--------------------|--|
| <b>DINÁMICAS</b>   | Competición, estrategia, comercio, producción, azar  |
| <b>MECÁNICAS</b>   | Tiradas de dados, gestión de cartas en mano, crear colecciones   |
| <b>COMPONENTES</b> | Tablero de objetivos, bandeja de aves, 5 tableros de jugador, comedero de aves, bloc de puntuación, 212 cartas (57×89 mm.): 170 cartas de ave, 26 cartas de bonificación, 16 cartas de automa; 75 huevos, 5 dados especiales, 40 cubos de acción, 103 fichas de alimento, 8 losetas de objetivos, reglamento, guía de referencia rápida, reglamento del automa |
| <b>MATERIALES</b>  | Madera (dados y cubos), cartón (tableros, comederos de aves, fichas de alimento, losetas), cartulina (tablero de objetivos, cartas), papel (bloc, reglamento, guía de referencia), plástico (bandeja de aves)  |

## NOMBRE DEL JUEGO: THROUGH THE AGES

|                            |   |
|----------------------------|---|
| <b>TEMÁTICA</b>            | Civilización  |
| <b>AMBIENTACIÓN</b>        | Construcción de ciudades en la edad media   |
| <b>OBJETIVO</b>            | Comenzarás con una pequeña tribu con el objetivo de construir una gran civilización. Finalizar la partida con más puntos de cultura que el resto de jugadores |
| <b>TIEMPO DE JUEGO</b>     | 240 minutos aproximadamente   |
| <b>NÚMERO DE JUGADORES</b> | 2 a 4 jugadores   |
| <b>EDAD</b>                | 14 años en adelante   |
| <b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>  | 2015  |
| <b>AUTOR</b>               | Vlaada Chvátil  |
| <b>EDITORIALES</b>         | Czech Games Edition, Cranio Creations, Devir, DiceTree Games, Eagle-Gryphon Games, GaGa Games, Gém Klub Kft., Heidelberger, Spielverlag, IELLO, MINDOK        |
| <b>ESTILO GRÁFICO</b>      | Ilustraciones realistas   |

|                    |  |
|--------------------|--|
| <b>DINÁMICAS</b>   | Competición, estrategia, azar, comercio, orden, producción   |
| <b>MECÁNICAS</b>   | Sistema de puntos de acción, subasta/puja, selección de cartas, gestión de cartas en mano  |
| <b>COMPONENTES</b> | 329 cartas (50×73 mm.), 4 tableros de jugador, tablero de track de cultura, tablero de track de ciencia, tablero de track militar, loseta para mazos actuales, tablero para suministro de cartas, 28 marcadores (7 de cada color: azul, rojo, amarillo y verde), 256 cubos, 4 hojas de referencia, reference material, reglamento, código de leyes |
| <b>MATERIALES</b>  | Cartón (caja, tableros, losetas), cartulina (hojas de referencia), papel (cartas, referencia, reglamento), plástico (cubos)  |

## NOMBRE DEL JUEGO: SECRET HITLER

|                            |  |
|----------------------------|--|
| <b>TEMÁTICA</b>            | Política   |
| <b>AMBIENTACIÓN</b>        | Alemania nazi  |
| <b>OBJETIVO</b>            | Siendo parte de un grupo (liberal o fascista), se tienen que aprobar un número de leyes para ganar al grupo contrario  |
| <b>TIEMPO DE JUEGO</b>     | 60 minutos   |
| <b>NÚMERO DE JUGADORES</b> | 5 a 10 jugadores   |
| <b>EDAD</b>                | 13 años en adelante  |
| <b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>  | 2016   |
| <b>AUTOR</b>               | Max Temkin, Mike Boxleiter y Tommy Maranges  |
| <b>EDITORIALES</b>         | Stonemaier Games, 999 Games, Delta Vision Publishing, Feuerland Spiele, Ludofy Creative, Maldito Games, Matagot, Rebel |
| <b>ESTILO GRÁFICO</b>      | Ilustraciones modernas de estilo cartoon (minimal)   |

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>DINÁMICAS</b>   | Estrategia, azar, competición, cooperación, intriga, traición   |
| <b>MECÁNICAS</b>   | Asociaciones/agrupaciones, rol oculto, eliminación de jugadores, traidor oculto, ronda de votaciones  |
| <b>COMPONENTES</b> | 3 tableros a doble cara con pintura reluciente, 2 placas de Presidente y Canciller en madera, identidades secretas para diez jugadores, un marcador para el track de elecciones, 17 losetas con leyes, seis de ellas liberales, un reglamento en inglés con consejos estratégicos al final. |
| <b>MATERIALES</b>  | Madera (placas, losetas), cartón (cartón, leyes, tablero), papel (cartas, sobres, reglamento)   |



## NOMBRE DEL JUEGO: TWILIGHT STRUGGLE

|                            |  |
|----------------------------|--|
| <b>TEMÁTICA</b>            | Política y guerra  |
| <b>AMBIENTACIÓN</b>        | La guerra fría 1945 - 1989   |
| <b>OBJETIVO</b>            | Tomando el bando norteamericano y el soviético, los jugadores tendrán que buscar ganar puntos de victoria mediante la influencia que ganen en distintas regiones del planeta. El que tenga más puntos de victoria gana |
| <b>TIEMPO DE JUEGO</b>     | 180 minutos aproximadamente  |
| <b>NÚMERO DE JUGADORES</b> | 4 jugadores (2 y 2)  |
| <b>EDAD</b>                | 13 años en adelante  |
| <b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>  | 2005   |
| <b>AUTOR</b>               | Ananda Gupta y Jason Matthews  |
| <b>EDITORIALES</b>         | GMT Games (Self-Published), Asterion Press, Bard Centrum Gier, Chrononauts Games, Devir, DiceTree Games, MINDOK, Udo Grebe Gamedesign, Wargames Club Publishing  |
| <b>ESTILO GRÁFICO</b>      | Combinación de grafismo digital con fotografías reales de la época   |

|                    |  |
|--------------------|--|
| <b>DINÁMICAS</b>   | Estrategia, azar, competición  |
| <b>MECÁNICAS</b>   | Control de área/influencia de área, campaign/battle card driven, tiradas de dados, gestión de cartas en mano, selección de acciones simultáneamente  |
| <b>COMPONENTES</b> | Tablero, marcadores rectangulares (marcadores de Influencia, marcadores de evento, 2 marcadores de carrera espacial, marcador de puntos de victoria, marcador de nivel de defcom), 111 Cartas (63,5×88 cm.), 2 dados de 6 caras, 2 hojas de referencia, reglamento |
| <b>MATERIALES</b>  | Cartón (tablero, marcadores, caja), papel (cartas, reglamento), baquelita (dados)  |

## NOMBRE DEL JUEGO: THE CONTENDER

|                            |   |
|----------------------------|---|
| <b>TEMÁTICA</b>            | Política  |
| <b>AMBIENTACIÓN</b>        | Eres un candidato presidencial dentro del debate  |
| <b>OBJETIVO</b>            | Combinar puntos de conversación prescritos en la tribuna (cartas) para atacar a tus oponentes |
| <b>TIEMPO DE JUEGO</b>     | 15 minutos  |
| <b>NÚMERO DE JUGADORES</b> | 3 a 99 jugadores  |
| <b>EDAD</b>                | 11 años en adelante   |
| <b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>  | 2017  |
| <b>AUTOR</b>               | John Teasdale y Justin Robert Young   |
| <b>EDITORIALES</b>         | The Contender   |
| <b>ESTILO GRÁFICO</b>      | Ilustraciones digitales estilo cartoon  |

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>DINÁMICAS</b>   | Competición, diversión, azar                                    |
| <b>MECÁNICAS</b>   | Gestión de cartas en mano, elección de acciones simultáneamente |
| <b>COMPONENTES</b> | 500 cartas, reglamento  |
| <b>MATERIALES</b>  | Cartón (caja), papel (cartas, reglamento)                       |

## NOMBRE DEL JUEGO: STATECRAFT

|                            |  |
|----------------------------|--|
| <b>TEMÁTICA</b>            | Política y guerra  |
| <b>AMBIENTACIÓN</b>        | Ficticio   |
| <b>OBJETIVO</b>            | Construya su propio partido político y desarrolle un manifiesto de ideas ganadoras para tantos seguidores como sea posible |
| <b>TIEMPO DE JUEGO</b>     | 60 minutos aproximadamente   |
| <b>NÚMERO DE JUGADORES</b> | 2 a 6 jugadores  |
| <b>EDAD</b>                | 14 años en adelante  |
| <b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>  | 2017   |
| <b>AUTOR</b>               | Peter Blenkharn  |
| <b>EDITORIALES</b>         | Inside the Box Board Games LLP (ITB)   |
| <b>ESTILO GRÁFICO</b>      | Ilustraciones digitales estilo cartoon   |

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>DINÁMICAS</b>   | Competición, azar, estrategia, sabotaje, difamación y engaño  |
| <b>MECÁNICAS</b>   | Gestión de cartas en mano, crear colecciones, jugadores con distintos poderes   |
| <b>COMPONENTES</b> | 42 cartas de soporte, 60 tarjetas de política, 30 cartas de acción, 10 cartas de escenario, 10 cartas de líder de facción, 25 cartas de político, 24 cartas de evento, 12 tarjetas de ayuda, 6 tarjetas de emergencia, 1 tarjeta titular, 36 marcadores de puntos, 6 rastreadores de puntos, reglas |
| <b>MATERIALES</b>  | Madera (marcadores), cartón (caja), cartulina (rastreadores de puntos), papel (cartas, reglas)  |



FIG.3. INTERFACE DEL JUEGO REIGNS

También se tienen en cuenta en este análisis los juegos: Reigns<sup>65</sup> y Propaganda<sup>66</sup>. Reigns siendo un juego digital adaptado para el móvil no permite realizar un análisis de este estilo y Propaganda es un juego de mesa creado en 2017 como trabajo de fin de grado en la Universidad de Londres por Sindi Breshani del cual no se tiene suficiente información. En ambos casos se analizan y tienen en cuenta los estilos gráficos empleados en estos juegos.

65. Steam. 2021. "Reigns". Acceso en abril de 2021. <https://store.steampowered.com/app/474750/Reigns/>

66. Gaming For The Commons. "Propaganda". Acceso en abril de 2021. <https://gamingforthecommons.net/participantes/propaganda>

# DISEÑO

## DISEÑO SOSTENIBLE

El diseño sostenible implica pensar tanto qué podemos optimizar o cambiar para contaminar menos, reducir gastos de energía o recursos, o planear cómo el producto que estamos creando puede ser reutilizado o reciclado, como sus implicaciones en los distintos niveles de la economía, y sin olvidarnos de su repercusiones en la sociedad.

El diseño sostenible abarca todo el ciclo de vida del producto o servicio desde una perspectiva de 360 grados, pero teniendo en cuenta otros conceptos más allá del medio ambiente, como pueden ser los derechos humanos, el desarrollo local, el comercio justo o el consumismo, siendo la responsabilidad y la ética ingredientes fundamentales<sup>67</sup>.

Últimamente se cree que todo lo eco es sostenible, pero la palabra va mucho más allá. El término fue utilizado por primera vez por la doctora Gro Harlem Brundtland, quien definió el desarrollo sostenible como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones<sup>68</sup>.

Esta filosofía implica que exista un equilibrio en las 3 vertientes de la sostenibilidad: económica, social y medioambiental.

El Design Council en su Annual Review del 2002, estimó que el 80% del impacto ambiental de diversos productos, servicios e infraestructuras se gesta durante las primeras etapas de diseño. Esto implica que dentro del diseño gráfico también debe existir una responsabilidad a la hora de crear cualquier trabajo que vaya a ser extrapolado al plano físico.

67. Ricardo Estévez, "¿En qué consiste el diseño sostenible?", *Ecointeligencia*, 24/11/2020, acceso en junio de 2021, <https://www.ecointeligencia.com/2020/11/disenho-sostenible/>

68. Tania Pereira. "Diseño gráfico sustentable: cómo alcanzarlo", *Blog de Marketing*, 20 de abril de 2021, <https://www.mediasource.mx/blog/disenho-grafico-sustentable>

Es necesario diseñar responsablemente: investigar los materiales a fondo, conocer su proceso de fabricación, sus componentes, su impacto ambiental y social en todas las etapas de su vida. Algunos puntos claves a tener en cuenta a la hora de diseñar son:

- **Ahorro de tinta:** menos es más, un diseño limpio sin saturación siempre será más amigable y respetuoso con el medio ambiente ya que se utiliza menos cantidad de tinta.

La tipografía Ryman Eco, pensada por la agencia de publicidad Grey London y Ryan, una papelería; ambas procedentes del Reino Unido para reducir el consumo de tinta. Ellos afirman que si el mundo entero imprimiera con dicha fuente, el ahorro resultante sería de casi 500 millones de cartuchos de tinta y 15 millones de barriles de petróleo cada año. Esto, solo para dejar en claro cómo impacta la simple acción de seleccionar una fuente tipográfica<sup>69</sup>.

- **Proveedores responsables:** trabajar con empresas que entiendan la visión de sostenibilidad ayudará a que los procesos de fabricación de cualquier trabajo sea sustentable; cosas como los recursos humanos que utilizan, el gasto energético y las emisiones de gases que implica la materialización de la idea.
- **Materiales de bajo impacto ambiental:** a la hora de escoger el soporte del diseño hay que optar por orgánicos o ecológicos, donde la fuente sea renovable o reciclada. Esto puede traducirse tanto a soportes como el papel, existiendo opciones ecológicas libre de cloro y que su elaboración es respetuosa con el medio ambiente; como a tintas, seleccionando aquellas que son vegetales, libre de petróleo y alcohol como las fluorescentes y metálicas. Incluso en los barnices, la mejor opción son los que su base es de agua o aceites naturales.
- **Empaques sencillos y biodegradables:** hay que diseñar

69. Tania Pereira. "Diseño gráfico sustentable: cómo alcanzarlo", Blog de Marketing, 20 de abril de 2021, <https://www.mediasource.mx/blog/diseño-gráfico-sustentable>

pensando en la vida útil del producto, al final lo que importa es el objeto en sí y no en donde viene. Desnormalizar el uso de empaques “bonitos”, reduciendo su tamaño y usando materiales ecológicos.

- **Optimización en la distribución:** reduciendo el volumen de los productos, se disminuye la emisión de gases y se ahorra en traslados lo que también refleja un ahorro económico.
- **El ciclo de vida del producto/diseño:** es importante pensar en todo el proceso por el que pasará el producto, para que así se pueda decidir el camino más viable en cuanto a sostenibilidad. Se debe pensar en absolutamente todo lo que implica crear un objeto, incluso cuando se termina su vida útil<sup>70</sup>.

70. Tania Pereira. “Diseño gráfico sustentable: cómo alcanzarlo”, Blog de Marketing, 20 de abril de 2021, <https://www.mediasource.mx/blog/diseño-gráfico-sustentable>

## CONCLUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN ESPECÍFICA

Una vez confirmado que el juego puede ser una estrategia de aprendizaje efectiva, se define el juego de mesa como campo de desarrollo. Esta decisión se toma en base a las habilidades o capacidades que los jugadores desempeñan en esta actividad: uso del razonamiento táctico o estratégico, destreza manual, memoria, capacidad deductiva, etc.; habilidades que ayudan de manera positiva cuando se utilizan o manejan temas políticos.

Atendiendo a la clasificación de los juegos de mesa se cree que las características de los juegos Ameritrash son las que mejor encajan para desenvolver la temática seleccionada, ya que estos buscan el enfrentamiento basado en la experiencia.

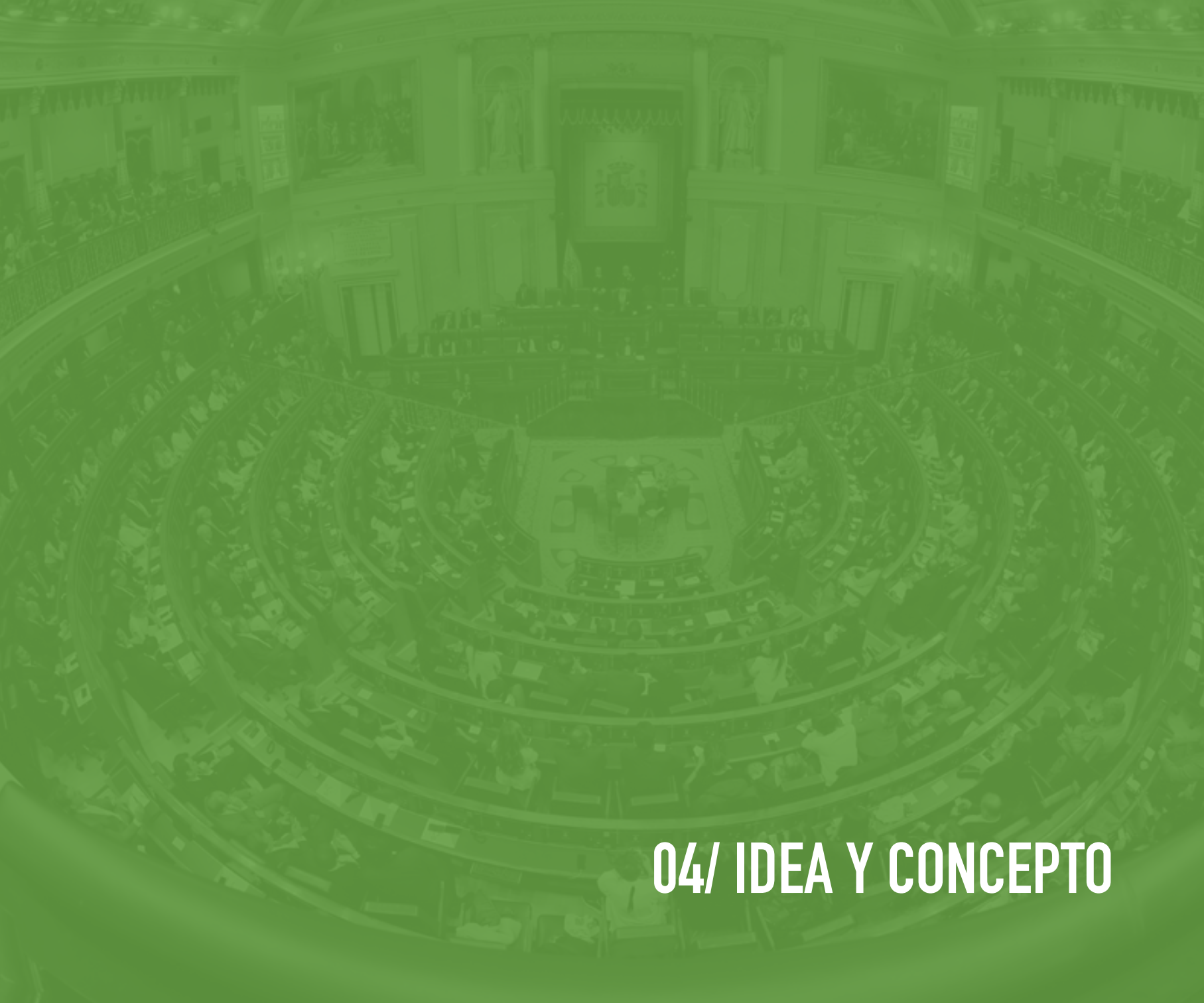
Un juego de mesa permitirá conducir a las personas a manejar información y contenidos políticos de una manera sencilla, divertida y sin frustraciones. Mediante un plano imaginario se permite que las personas tengan un aprendizaje significativo de la realidad.

Los juegos de mesa contienen campos muy diversos del diseño que permiten desarrollar diferentes habilidades: concepto e idea, imagen gráfica, identidad visual, materiales, producto, etc; campos que son posibles de manejar gracias a los conocimientos adquiridos durante la carrera. Aunque el diseñador puede realizar muchas de las tareas, existen aspectos como el matemático, que quedan fuera de su alcance. Esto, más que ser un punto negativo, permite trabajar en un entorno multidisciplinar en donde se convive con gente especializada en otras materias, saliendo de la zona de confort para adquirir nuevos conocimientos.



Por último, se debe tener en cuenta los principios del desarrollo sostenible en la etapa de creación y desarrollo del prototipo, permitiendo obtener un producto más amigable con el entorno. De esta manera se analizan aspectos como: materiales, procesos de fabricación y componentes; para tomar las decisiones más acertadas dentro del diseño.





## 04/ IDEA Y CONCEPTO



## BRIEFING

Atendiendo al déficit existente en el conocimiento de lo político, se incentiva a proporcionar nuevas estrategias que promuevan la motivación de los ciudadanos y jóvenes hacia temas políticos, fomentando una base y mejorando sus competencias políticas.

Se plantean tres dimensiones para que los ciudadanos entre 15 y 35 años posean una base de conocimiento. En primer lugar, conocer las distintas ideologías y los actores relevantes en la política (ideologías, partidos, líderes, etc.). En segundo lugar, sobre el funcionamiento del sistema (formar un partido, llegar a la presidencia, definir la mayoría para gobernar, etc.). Finalmente, sobre las acciones y decisiones que se desarrollan dentro del gobierno (respecto a temas económicos, sociales, religiosos e imprevistos más relevantes y urgentes por resolver).

Siguiendo los principios del desarrollo sostenible se demanda la creación de un juego de mesa desde todos sus campos: la historia, la estructura y experiencia de juego, el estilo gráfico, los materiales de producción y la Identidad Visual del mismo.

## METODOLOGÍA DE TRABAJO

Game design is not an easy subject to write about. Lenses and fundamentals are useful tools, but to truly understand game design is to understand an incredibly complex web of creativity, psychology, art, technology and business. Everything in this web is connected to everything else. Changing one element affects all the others, and understanding of one element influences the understanding of all of the other(...) Game design is an adventure, and adventure needs a map(...)a map that shows the web of a game design relationship<sup>71</sup>.

Traduciendo:

El diseño de juegos no es un tema fácil de escribir. Las lentes y los fundamentos son herramientas útiles, pero comprender realmente el diseño de juegos es comprender una red increíblemente compleja de creatividad, psicología, arte, tecnología y negocios. Todo en esta web está conectado con todo lo demás. Cambiar un elemento afecta a todos los demás, y la comprensión de un elemento influye en la comprensión de todos los demás (...) El diseño del juego es una aventura, y la aventura necesita un mapa (...) un mapa que muestre la red de una relación de diseño de juegos.

El diseño de juegos es un mundo complejo de interrelaciones entre cada uno de sus elementos creativos. La necesidad de un mapa en el proceso de desarrollo es tan importante como en cualquier otro proceso de diseño. Para este proyecto se decide seguir la metodología dictada por el diseñador Jesse Schell en su libro *The Art of Game Design*.

Existen diferentes maneras de clasificar los elementos que conforman el juego. Shell clasifica la tétada elemental (elemental tetrad) como una guía base para el desarrollo de los juegos: Mecánicas, Historia, Estética y Tecnología. Es-

71. Jesse Schell, *The Art of Game Design* (EEUU: Elsevier, 2008), pág. xxviii.

tos 4 elementos están relacionados estrechamente entre sí.

- **Mecánicas:** indican los procedimientos y la meta del juego, como los jugadores pueden alcanzar o no estas metas y qué pasa cuando los jugadores lo intentan. Cuando se escoge un número de mecánicas cruciales dentro del juego, se tiene que escoger una tecnología que soporte estas mecánicas, una estética que simpatice con los jugadores y una historia que permita que las mecánicas del juego tengan sentido para los jugadores.
- **Historia:** esta es la historia que se despliega en el juego, puede ser lineal y prescrita o puede ser cambiante en cada partida. Cuando se tiene una historia que se quiere contar mediante un juego, se tienen que escoger mecánicas que fortalezcan esa historia, una estética que refuerce esas ideas y una tecnología que encaje adecuadamente con la historia contada.
- **Estética:** aquí se habla del aspecto que el juego tendrá, sonidos, olores, gustos y sentimientos. La estética es uno de los factores más importantes ya que está estrechamente unida con la experiencia de los jugadores. Cuando se tienen aspectos que se quiere que los jugadores experimenten, se necesita escoger una tecnología que no solo sostenga esta estética, si no que la engrandezca y refuerce. Se escogen mecánicas que hagan que los jugadores se sientan como si estuvieran en el mundo de la estética definida y una historia con un conjunto de eventos que permitan que la estética emerja al ritmo adecuado y tenga el mayor impacto posible.
- **Tecnología:** se define como cualquier material e interacciones que hagan el juego posible. La tecnología que se escoja para el juego permitirá realizar varias cosas y limitará otras. La tecnología es el medio donde la estética toma lugar, en donde las mecánicas ocurren y en donde la historia es contada.

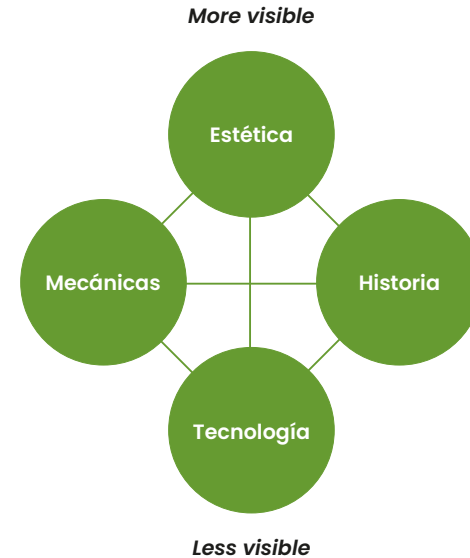


FIG. 4. LA TETRADA ELEMENTAL DE JESSE SCHELL

Hay que entender que estos cuatro elementos son esenciales para el diseño de cualquier juego. Sin importar que tipo de diseño se realice, se tendrán que tomar decisiones importantes que afecten a estos cuatro elementos. Ninguno es más importante que otro, y cada uno influencia de manera poderosa a los demás.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

*The purpose of design is to solve problems, and game design is no exception. – Schell, Jesse.*

Es importante antes de empezar a realizar un brainstorming de ideas estar completamente seguro de lo que se está haciendo y un planteamiento del problema es una manera clara de definir un objetivo y conocer sus limitaciones.

El planteamiento del problema limitará algunas decisiones establecidas sobre uno (o más) de los cuatro elementos y es desde ahí que se tiene que empezar a construir. Mientras se establece el problema, es importante mirar el rombo de los cuatro elementos para observar en qué elementos se tiene libertad de diseñar y en cuáles no. La idea es empezar a diseñar desde los elementos que no se pueden modificar y en donde no se tiene libertad de diseño. Si no existen limitaciones en ninguno de los cuatro elementos, se puede empezar por cualquiera, por ejemplo: se puede escoger una historia en específico o una mecánica que se quiera realizar. En el momento que se escoja algo, se tiene que plantear el problema a resolver. Ver el juego como una solución al problema es una buena perspectiva.

Para conseguir los objetivos generales marcados al principio del proyecto se plantean dos preguntas que nos acercan a la creación del juego:



- ¿Cómo se puede hacer para que las personas tengan un pensamiento político más crítico?
- ¿Cómo se puede hacer para que las personas aprendan y les interesen temas políticos?

Como solución a estas preguntas se da con una idea que parece ser acertada:

*Hacer que los jugadores se emerjan en un mundo donde su objetivo sea formar un partido político mediante la elección de un número de ministros y un presidente para conseguir formar un gobierno viable. Los jugadores tendrán que utilizar las diferentes ideologías políticas para poder formar un partido coherente y sólido. Los diferentes personajes utilizados en el juego serán referentes de la historia política.*

Con esta idea se crea una experiencia de juego donde las personas experimentan a través de un plano imaginario, las sensaciones que se originan en primer plano dentro de las competencias políticas. Pensando en las tres dimensiones propuestas en el briefing, el jugador podrá conocer: las diferentes ideologías, partidos y líderes, la creación de un partido y el funcionamiento del sistema político; y las acciones y decisiones que se toman en referencia a los temas sociales, económicos y religiosos.

Con este planteamiento se llega a la conclusión que el orden más acertado para continuar el proceso de diseño sea: Historia, Mecánicas, Tecnología y Estética. Aunque se defina un orden, hay que recordar que estos cuatro elementos están estrechamente relacionados y no son lineales, y es por esto que en algunas ocasiones se tendrá que avanzar en alguno de los otros elementos para poder continuar con el elemento que se esté desarrollando.

## DESARROLLO DE IDEA Y CONCEPTO

### HISTORIA

Se decide empezar por la historia ya que dentro de este hay elementos que no se pueden modificar. Como se plantea al principio del proyecto, el tema es la política y el juego tiene que contar una historia asociada a este campo. Pero para saber realmente qué historia contará el juego, hay que preguntarse ¿Cómo realmente los jugadores pueden aprender de política?

Si lo que se quiere es llevar el plano de la realidad al plano imaginario, la mejor forma de aprender algo es cuando se está ejecutando, desde adentro, así realmente se logra un aprendizaje significativo. ¿Pueden los jugadores experimentar o tener la experiencia de ser políticos? Realmente este sería el aprendizaje más práctico y efectivo.

Respondiendo a esta pregunta se podría iniciar una historia donde los jugadores sean políticos que quieren formar un partido para ganar las elecciones. Con esta idea los jugadores tendrían que formar un partido político coherente con las ideologías y se podrían incluir las acciones y decisiones referentes a los temas sociales, económicos y religiosos que los jugadores pueden ir tomando a lo largo que van creando su partido político.

Sin descartar este planteamiento queda un elemento por introducir, ¿Cómo los jugadores pueden conocer a los diferentes líderes políticos? Atendiendo a esta pregunta se decide modificar el planteamiento anterior: en vez de que los jugadores sean políticos, estos tendrán que formar un partido con los líderes de la historia política. De esta forma se puede definir la siguiente historia:

Construye con los líderes de la historia política tu propio partido, escoge a tus ministros siguiendo una ideología, forma un gobierno y enfréntate al caos político tomando decisiones y dominando a tus oponentes.

En el *Anexo 2* se proporciona una lista de los líderes políticos escogidos para el juego y clasificados según el espectro escogido en el apartado *Estructura de juego: mecánicas* (pág.104).

## ESTRUCTURA DE JUEGO: MECÁNICAS

Con la historia determinada se puede avanzar a la mecánica del juego, decidir cómo los jugadores desarrollan esta historia, cuáles procedimientos realizan para alcanzar la meta u objetivo y qué pasa cuando lo intentan.

Teniendo en cuenta el plano real: el entorno político, se puede empezar a pensar en toda la estructura necesaria para que se forme este entorno, o en este caso, para poder formar un partido político. Es así como se piensa en el dinero como principio básico, el dinero te da la opción de adquirir cosas, pero ¿Qué cosas necesita un partido político para ser tomado en cuenta? Respondiendo a esta pregunta se podría decir que un partido político toma fuerza cuando desarrolla políticas y/o acciones que afectan positivamente los intereses de los ciudadanos. Uniendo estos dos elementos, se tiene el dinero que te da acceso para adquirir recursos, los cuales se convierten en objetos o estructuras que benefician a la sociedad, por ejemplo: edificios, un hospital que ofrezca una sanidad a sus ciudadanos.

Es así como se define el comienzo del juego:

- Se va adquiriendo dinero
- Con el dinero se podrán comprar edificios



- Los edificios te darán recursos

Ahora hay que pensar en cómo los jugadores pueden adquirir a los líderes que formarán su partido político. Volviendo al plano de la realidad, en un gobierno existen distintos ministros que se encargan de temas específicos: por ejemplo: el ministro de industria se encarga de la producción del Estado, o el ministro de sanidad, se encarga de la salud de los ciudadanos, etc; en conclusión, se encargan de realizar más o menos acciones en su campo. En el juego se puede unificar que estas acciones sean la creaciones de más o menos edificios, para esto se tendrían que crear edificios específicos de cada ministerio y habría que definir cuáles son esos ministerios.

Como ya se sabe, los líderes políticos tienen como finalidad tomar decisiones que busquen y beneficien los intereses de la ciudadanía, por ende, los ciudadanos necesitan unas necesidades básicas para poder vivir y desenvolverse dentro de la sociedad. De esta forma se considera que el dinero, la ciencia/educación, la salud, la producción y la religión son los recursos o necesidades que necesita una nación para subsistir.

Recopilando hasta aquí se tiene:

- Se va adquiriendo dinero.
- El dinero te permite comprar diferentes edificios: dinero, ciencia/educación, salud, producción y religión.
- Dependiendo el tipo de edificio, se obtienen una cantidad de recursos.
- Estos recursos te permiten adquirir ministros, y en este caso formar ministerios: economía, ciencia/educación, sanidad, cultura, industria, asuntos religiosos.

Hasta aquí todo parece ir organizándose: con el dinero los jugadores van a poder construir edificios que le generarán una cantidad de recursos y dependiendo de la cantidad

de recursos se podrán obtener a los ministros; ahora faltaría decidir cómo se obtiene al presidente y como se desarrollan las políticas. ¿Y si los ministros tienen ideologías determinadas, y dependiendo a una cantidad de ministros de una ideología obtienes al presidente? Parece que esto puede funcionar, se decide utilizar el espectro ideológico de Bobbio (*pág.39*) para fundamentar esta clasificación, es así como se tiene: izquierda extrema, izquierda, derecha y derecha extrema. Con esta clasificación dentro del juego, se obliga a los jugadores a formar un partido siguiendo algún tipo de ideología. Teniendo a los ministros con una ideología se permitirá acceder tanto a políticas como a los presidentes de esa ideología. Las políticas pueden ser representadas como acciones que alteren el juego y los presidentes pueden tener una ciertas limitaciones para poder ser bajados, por ejemplo: si tenemos a Karl Marx como presidente en la extrema izquierda, para poder ser bajado se necesitan al menos tres ministros de extrema izquierda más un ministro de izquierda. De esta forma los jugadores irán creando un partido realmente coherente con las ideologías o ministros que jueguen. A parte de todo esto, se piensa también en los imprevistos o situaciones extraordinarias como pueden ser: cambio climático, guerras, crisis económicas, enfermedades globales, etc.

Aclarando hasta este punto se tiene:

- Se va adquiriendo dinero.
- El dinero te permite comprar diferentes edificios: dinero, ciencia/educación, salud, producción y religión.
- Dependiendo el tipo de edificio, se obtienen una cantidad de recursos.
- Estos recursos te permiten adquirir ministros, y en este caso formar ministerios: economía, ciencia/educación, sanidad, cultura, industria, asuntos religiosos.
- Los ministros serán clasificados en 4 ideologías: izquierda extrema, izquierda, derecha, derecha extrema.

- Dependiendo de la ideología de los ministros se podrá acceder a las políticas y presidentes de esa ideología.
- Las políticas permitirán realizar acciones que modifiquen el juego.
- Los presidentes tendrán el requisito de tener una cierta cantidad de ministros de una ideología para poder ser jugados.
- Existen eventos que pueden modificar la partida de todos los jugadores.

Algo que es importante y del cual se habla en el principio de este apartado, es de la meta u objetivo del juego. ¿Cuál es la meta o el objetivo que le permitirá a los jugadores ganar? Pensando en el plano real se da con diferentes soluciones: que el partido político gane las elecciones y que se cante gobierno cuanto se tenga al presidente. Estas ideas parecen funcionar con el flujo de trabajo que se ha creado, así que se fusionan: cuando los jugadores bajen a su presidente tienen la obligación de cantar gobierno expresando por cual ideología se inclina el partido que ha creado. Esto parece que puede funcionar pero puede crear un desbalance a la hora de dictar quién es el ganador, ya que uno pudo haber tenido más suerte y reunir sus personajes más rápido. Así que tomando como referencia el juego de Ciudadelas (pág.75) se plantea un conteo de puntos al final de la partida, el juego acabará cuando uno de los jugadores haya logrado mantener su gobierno por tres turnos y luego se hace un recuento para determinar quién es el ganador. Los puntos de victoria el cual se denominará puntos de “poder político” serán: +4 puntos para los jugadores que completen su partido político, +2 puntos para los jugadores que canten correctamente la ideología de su partido, +2 puntos a los jugadores que tengan más recursos en cada ministerio, + puntos reunidos por ministros y presidentes.

Teniendo el comienzo del juego, el procedimiento del juego y el objetivo del juego, se pueden unir todas las ideas



FIG.6. JUEGO CIUDADELAS

para crear las reglas del juego, en este momento también se realizan los ajustes que hagan falta para determinar la funcionalidad del juego. En relación con el briefing, el diseño tiene que estar pensado para un juego de mesa, aspectos que se desarrollan formalmente en el apartado de *Producción de los materiales: tecnología* (pag.113).

## REGLAS

### INTRODUCCIÓN

*Construye con los líderes de la historia política tu propio partido, escoge a tus ministros siguiendo una ideología, forma un gobierno y enfréntate al caos político tomando decisiones y dominando a tus oponentes.*

Cada jugador tendrá que construir edificios que le proporcionen recursos para ir adquiriendo ministros que le ayuden a crear un partido político con una ideología, se podrá cantar y formar gobierno cuando consigas a tu presidente. La partida termina cuando un jugador logre completar su partido político (6 ministros + 1 presidente) y cante gobierno. En ese momento el jugador con más puntos de poder político gana la partida.

### CONTENIDO DEL JUEGO

- 90 cartas de dinero.
- 20 cartas de eventos.
- 90 cartas de edificios.
- 72 cartas de ministros.
- 12 cartas de presidentes.
- 40 cartas de políticas.



## PREPARACIÓN DE LA PARTIDA

Se dividirán 4 mazos de cartas: el mazo de dinero y eventos, el de edificios, el de ministros y el de presidentes y políticas. Se barajan cada mazo por separado y se administra a cada jugador 1 carta de moneda y 1 carta de edificio. El jugador con menor edad inicia la partida y los turnos continúan siguiendo las agujas del reloj.

- **Fondo Internacional Monetario (FMI):** Es el banco al cual se le paga por bajar las diferentes cartas en el juego: edificio, ministro o presidente. Este mazo se prepara con 12 cartas del mismo mazo de monedas (4 cartas de 1, 4 cartas de 2 y 4 cartas de 3). El FMI sirve también para realizar cambio de carta. Ejemplo: Si pagas 4 monedas para bajar un edificio y solo tienes una carta de 3 de moneda y una de 2, pagas al FMI y el te regresa el restante, es decir una carta de 1 moneda. Aparte se prepara un mazo de 12 cartas de monedas. Si el mazo de monedas/eventos se acaba se vuelve a sustituir por las cartas acumuladas en el banco.

## DESARROLLO DEL JUEGO

Cada turno te permite adquirir: dos cartas de moneda o una carta de cualquiera de los otros 3 mazos: edificios, ministros, presidentes y políticas. En cada turno solo está permitido construir un edificio o bajar un ministro o presidente, las cartas de eventos y políticas se permiten usar dentro de cada turno sin limitaciones.

## RECURSOS Y CONTADOR

Existen 6 tipos de recursos: dinero, salud, religión, ciencia, cultura, producción y religión. Estos se obtienen al bajar los

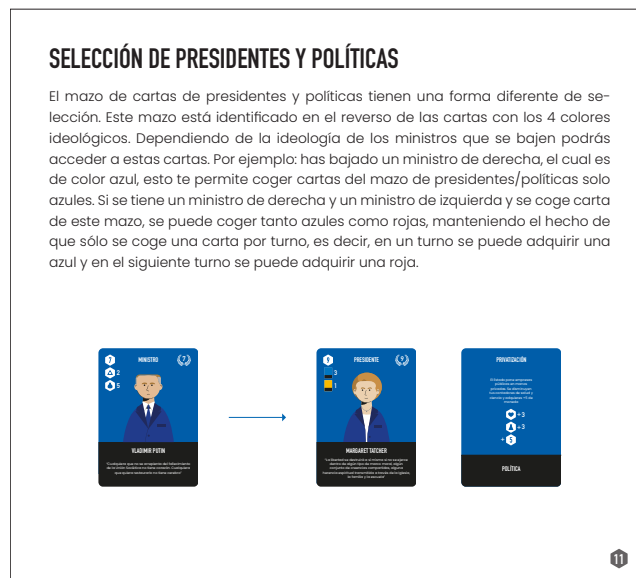
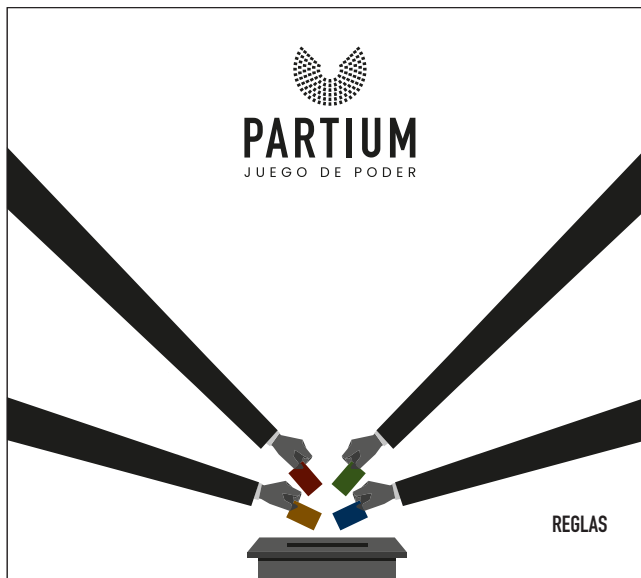


FIG.7. PÁGINAS DE LAS REGLAS DEL JUEGO

diferentes edificios y se va sumando en el contador del juego los puntos obtenidos en cada tipo de recurso (fig.7).

## SELECCIÓN DE MINISTROS

Para poder bajar estas cartas es necesario alcanzar los recursos mínimos que indique cada ministro. A lo largo de la partida solo se permite tener un ministro dentro de un mismo ministerio y es necesario completar todos los ministerios para formar gobierno.

## IDEOLOGÍAS

- Izquierda extrema se identifica con el color rojo
- Izquierda se identifica con el color naranja
- Derecha se identifica con el color azul
- Derecha extrema se identifica con el color verde

## SELECCIÓN DE PRESIDENTES Y POLÍTICAS

El mazo de cartas de presidentes y políticas tienen una forma diferente de selección. Este mazo está identificado en el reverso de las cartas con los 4 colores ideológicos. Dependiendo de la ideología de los ministros que se bajen podrás acceder a estas cartas. Por ejemplo: has bajado un ministro de derecha, el cual es de color azul, esto te permite coger cartas del mazo de presidentes/políticas solo azules. Si se tiene un ministro de derecha y un ministro de izquierda y se coge carta de este mazo, se puede coger tanto azules como rojas, manteniendo el hecho de que sólo se coge una carta por turno, es decir, en un turno se puede adquirir una azul y en el siguiente turno se puede adquirir una roja.

En el apartado de *Estilo gráfico de los diferentes soportes: estética* (pag.123) se define la anatomía y la composición de las distintas cartas del juego.

## CANTAR GOBIERNO

Siguiendo el análisis del filósofo Bobbio se divide el espectro político en 4 partes: Izquierda extrema, izquierda, derecha y derecha extrema.

Se agrupan dentro del espectro las diferentes ideologías de la siguiente manera: en la izquierda extrema se encuentran el comunismo y socialismo como partidos que promueven mediante métodos autoritarios una igualdad social y económica, la izquierda moderada o centro izquierda, establecida con el socialismo democrático y el socioliberalismo, ideologías que buscan a través de libertades democráticas el bien común de los ciudadanos tanto en lo económico como en lo social. Por otro lado, la derecha moderada o centro derecha se encuentran el conservadurismo laico, el conservadurismo liberal y el liberalismo, que a través de la democracia apuestan por una libertad económica y social independiente del Estado, y una derecha extrema, con el conservadurismo y el fascismo, como corrientes que sostienen la división de clases, la superioridad racial y los discursos religiosos (comúnmente cristianos), los cuales funcionan a través de métodos autoritarios, oprimiendo las libertades democráticas. En la *fig.8* se muestra una referencia de las políticas que defienden cada ideología.

Para poder cantar gobierno es necesario contar con los 6 ministros más el presidente. Dependiendo de la cantidad de ministros que se tengan por grupo del espectro se canta gobierno siguiendo las ideologías nombradas anteriormente (*fig.9*).

|                         | ECONOMÍA | CIENCIA/EDC | SANIDAD | CULTURA | INDUSTRIA | A. RELIGIOSOS |
|-------------------------|----------|-------------|---------|---------|-----------|---------------|
| COMUNISMO               |          | X           | X       | X       | X         |               |
| SOCIALISMO              |          | X           | X       | X       | X         |               |
| SOCIALDEMOCRACIA        | X        | X           | X       | X       |           |               |
| SOCIOLIBERALISMO        | X        | X           | X       | X       | X         |               |
| LIBERALISMO             | X        | X           |         | X       | X         |               |
| CONSERVADURISMO LIBERAL | X        |             |         | X       | X         | X             |
| CONSERVADURISMO LAICO   | X        |             |         | X       | X         |               |
| CONSERVADURISMO         | X        | X           |         | X       |           | X             |
| FASCISMO                | X        |             |         |         | X         | X             |

FIG. 8. REFERENCIA DE LAS DISTINTAS IDEOLOGÍAS UTILIZADAS EN EL JUEGO Y LAS POLÍTICAS QUE DEFIENDEN

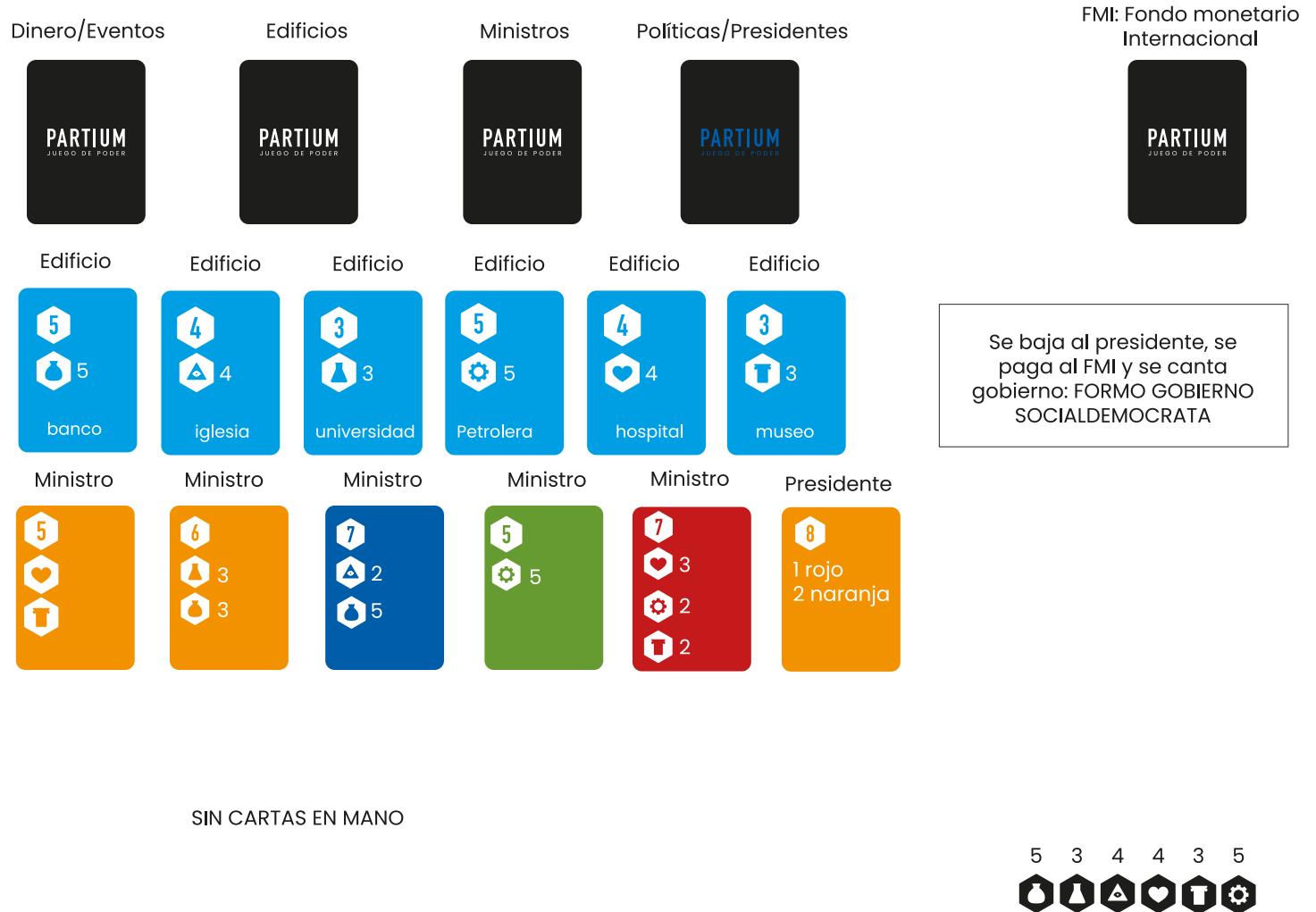


FIG.9. EJEMPLO DE TURNO AL CANTAR GOBIERNO

En el Anexo 3 se recogen ejemplos a modo de boceto digital de los diferentes turnos a realizar según la estructura de juego diseñada y del diseño de las reglas del juego.

## PRODUCCIÓN DE LOS MATERIALES: TECNOLOGÍA

Parece que cuando se habla de juegos de mesa, la tecnología no tiene mucho en común, por eso es importante recordar la definición que se hizo sobre este apartado anteriormente: como cualquier material o interacción que hará el juego posible. Entendiendo esto, en esta parte se tomarán las decisiones de los materiales que se usarán en el juego, atendiendo en lo posible a los principios del desarrollo sostenible.

Siendo un juego de mesa el que se está creando, se decide hacer un juego completamente de cartas, esta decisión me permite como diseñadora tener un margen de control más amplio en el proceso de creación: llevar a cabo las ilustraciones digitales y la composición de las cartas, como su tamaño; al mismo tiempo y atendiendo con los principios del desarrollo sostenible se reducen costes en materiales físicos que pueden ser más costosos: como las piezas, ya sea por el material o por su forma; o la propia caja, teniendo un mismo objeto como son las cartas se puede reducir el tamaño de la caja y por ende utilizar menos material.

Las cartas pueden realizarse con diferentes tipos de papel, entre los más comunes están el papel naipe y la cartulina, aunque también existen cartas de plástico. Haciendo una investigación de los tipos de papel que existen y gracias a la ayuda y recomendaciones de la empresa *114 Espacio Creativo*<sup>72</sup> se decide optar por un papel ecológico totalmente diferente a los papeles convencionales utilizados para las cartas: el papel piedra.

72. 114 Espacio Creativo. 2021. Acceso en julio de 2021. <https://espacio114.com/>



FIG.10. PAPEL PIEDRA

El papel piedra tiene una densidad que oscila entre 1,0 y 1,6 g/cm<sup>3</sup>, que es igual o ligeramente superior a la del papel ordinario, y una textura algo parecida a la de la membrana exterior de un huevo cocido. Puede reciclarse con los plásticos del número 2 o volver a fabricar un papel rico en minerales, y no es biodegradable pero sí fotodegradable en condiciones adecuadas. Al no estar fabricados con fibras de madera, los productos de papel piedra, dependiendo de la aplicación, poseen una superficie más suave que la mayoría de los productos de papel tradicionales, lo que elimina la necesidad de un recubrimiento o laminación. La fuente de calcio virgen procede de minas reducidas a polvo fino de carbonato de calcio blanco. En la producción de los productos de papel de piedra no se utiliza agua, ácido, lejía ni blanqueadores ópticos<sup>73</sup>.

Utilizar el papel piedra ofrece un número de ventajas, entre las cuales se encuentra que es resistente al agua y al desgarro, su textura es increíblemente suave ya que no posee grano, es reciclable gracias a su fotodegradación (con el tiempo se disuelve cuando se expone a luz solar) y es menos perjudicial a nivel medioambiental ya que no se utilizan árboles para su fabricación. Entre las desventajas se encuentra que es más sensible al calor, se degrada si se deja expuesto al sol y es más cara su fabricación.

Pensando en el juego y el espacio donde este se desarrolla, normalmente se suele jugar en una mesa donde las cartas conviven en cantidad de ocasiones con otros objetos como comida o bebidas, exponiendo y perjudicando su material, el papel piedra tiene el beneficio que es resistente al agua y al desgarro, siendo una opción más duradera para las cartas. No se pasa por alto la desventaja que tiene éste en cuanto a la degradación si se expone al sol, sin embargo, la mayoría de las veces esta actividad suele desarrollarse en interiores donde pocas veces las cartas están expuestas al sol. En cuanto al coste de fabricación, parece ser un riesgo

73. Thecolor.blog, "¿Qué es el papel piedra?", Blog de Artes Gráficas, s.f, <https://thecolor.blog/es/papel-piedra/>



que es acertado tomar teniendo en cuenta que se contribuirá con el medio ambiente.

Aunque el juego sea de cartas se van a considerar otros medios de soporte para una mejor funcionalidad del mismo. Dentro del juego las personas van a tener que llevar un conteo de sus recursos, si pensamos en que todos los materiales sean físicos, se van a tener que producir muchos más objetos como libretas, lápices y por ende un packaging más grande, lo que produciría más gastos y un producto menos asequible a nivel económico. Pero, ¿sólo se puede reducir gastos, papel y fabricación de esto? En este caso, también se observa que se pueden reducir gastos de impresión en lo que serían las reglas del juego. Buscando alternativas para reducir estos costes se piensa en los medios digitales para solventar este problema.

Se decide crear una aplicación móvil en beneficio de la experiencia de juego. Dentro de esta aplicación existirán: el contador de recursos, las reglas del juego, información real de los personajes utilizados e información sobre las ideologías políticas. Esto permite aprovechar de manera inteligente los medios digitales para reducir costes y crear un juego menos contaminante con el medio ambiente al mismo tiempo que se facilita el aprendizaje de lo político. La aplicación se crea como un medio que enriquecerá la experiencia de juego, más no es esencial para la funcionalidad del mismo ya que no es imprescindible conocer a los personajes para que el juego funcione y como se ha dicho antes, con una libreta y un lápiz también se puede llevar el conteo de puntos, pero ¿Qué pasa con las reglas que sí son esenciales? Como alternativa se añaden a la caja dos códigos QR donde se podrá por un lado descargar la aplicación del juego y por otro descargar solo el documento con las reglas del juego.



FIG.10. PIXEL ES UN JUEGO DISEÑADO E ILUSTRADO POR MANANA MANUKYAN

74. Manana Manukyan, «Creative card game “Pixel”», Behance, acceso en julio de 2021, <https://www.behance.net/gallery/100535339/Creative-card-game-Pixel>

75. Aman Jaiswal, Shrishti Iyer y Chandrasekar periagaram, «Famमल्लि - Get In With Your Kin», Behance, acceso en julio de 2021, <https://www.behance.net/gallery/95062053/Fam-Get-In-With-Your-Kin>

76. Luis Espiritu, «SHOTS card game», Behance, acceso en julio de 2021, <https://www.behance.net/gallery/109513947/SHOTS-card-game>

77. Junko child, «Conduit - board game», Behance, acceso en julio de 2021, <https://www.behance.net/gallery/74694377/Conduit-board-game>

78. Nathan Walker, «Raid Game packaging», Behance, acceso en julio de 2021, <https://www.behance.net/gallery/97516845/Raid-Game-packaging>

## ESTILO GRÁFICO DE LOS ELEMENTOS: ESTÉTICA

Teniendo definidos los apartados de Historia, Mecánicas y Tecnología, es posible ahora pensar en la estética que tendrá el juego. Es aquí donde realmente se le da vida al juego, ya que se piensa en la apariencia y en cómo se presentará al público y a los jugadores. Es importante buscar una estética que sobre todo capte al público objetivo que se ha fijado, los jóvenes.

Haciendo una recapitulación de todas las decisiones que se han tomado para crear el juego, hay que definir la estética de: las cartas, el packaging, las reglas, la aplicación para móvil y la página web. Es importante reconocer que desde el inicio se considera para este proyecto una corriente gráfica entre estilo minimal y bauhaus, con acabados sencillos, limpios y geométricos. Al mismo tiempo se considera que las ilustraciones deben evocar a la época actual, ilustraciones con las que los jóvenes puedan sentirse identificados. Antes de tomar decisiones determinantes se toman en cuenta distintos referentes gráficos.

Entre los juegos de mesa se analizan los proyectos: *Pixel*<sup>74</sup>, *Family Found*<sup>75</sup>, *Shots*, *Conduit*<sup>76</sup> y *Raid*<sup>77</sup>. De aquí se toman referencias para el diseño y composición de las cartas, buscando un estilo como las cartas de *Pixel* o *Shots*. Se toman como ejemplo *Family Found* y *Conduit* para el packaging.



FIG.11. RAID ES UN JUEGO ILUSTRADO POR NATHAN WALKER



FIG.12. SHOTS ES UN JUEGO ILUSTRADO POR LUIS ESPÍRITU



FIG.13. CONDUIT ES UN JUEGO CREADO E ILUSTRADO POR JUNKO CHILD



FIG.14. FAMILY FOUND ES UN JUEGO CREADO POR JAISWAL, IYER Y PERIAGARAM

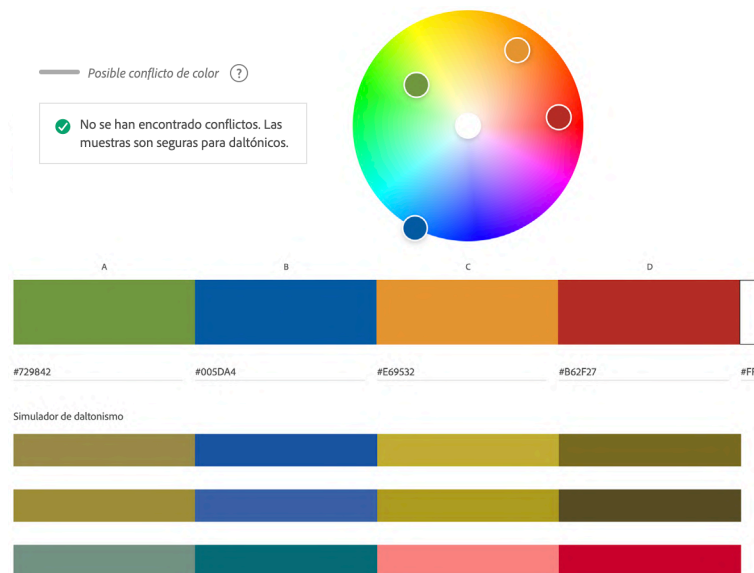


FIG. 15. LOS 4 COLORES ESCOGIDOS SEGÚN EL ESPECTRO

79. Youtube. 2021. "Cosmin Serban". Acceso en julio 2021. <https://www.youtube.com/channel/UCR-vujr17AbiWWp3lL8sdpg>

80. Instagram. 2021. "Olga Semklo". Acceso en julio de 2021. <https://www.instagram.com/semklo.design/?hl=es>

## COLOR

Tomando en cuenta el espectro político utilizado para el juego se definen los 4 colores que representarán a los distintos grupos ideológicos, escogiendo para la izquierda extrema el color rojo, para la izquierda el color naranja, para la derecha el azul y para la derecha extrema el color verde. Estos colores serán los representativos de las cartas de ministro y presidentes. Se realiza una prueba de verificación de accesibilidad en Adobe Color para que los colores escogidos no generen conflictos y sean visibles e inclusivos (fig.15).

## ILUSTRACIONES

Para las ilustraciones se toman las referencias de los diseñadores Cosmin Serban<sup>79</sup> y Olga Semklo<sup>80</sup>. Se decide hacer un diseño de personajes planos, basados en figuras geométricas, colores planos con algunas sombras y algunos remates con líneas negras. Se crea una estructura base de la cual partirán todos los personajes para luego realizar los cambios necesarios según su físico, realizando aspectos como el cabello, ojos, nariz, edad y vestimenta. Para realizar cada personaje se toma como referencia fotografías reales.

Para los edificios se sigue la misma línea de ilustración plana, simplificando líneas y utilizando colores planos. También se realiza una rejilla base para delimitar las normas de estos elementos.

Se realizan bocetos digitales de los diferentes iconos que representan los recursos del juego: dinero, ciencia, salud, cultura, producción, asuntos religiosos; buscando expresar efectivamente lo que es cada recurso de forma visual. Se realiza una rejilla base para delimitar las normas de estos



elementos y se busca mantener una conexión entre ellos: figuras planas con puntas redondeadas y con la menor cantidad de trazos posibles. En la propuesta final se añade el hexágono buscando conseguir un elemento que identifique como grupo a este conjunto de iconos.

Para los iconos de valor se realizan dos propuestas: una propuesta utilizando el mismo hexágono de los recursos el cual se utiliza tanto para el valor de las monedas como para la compra de las cartas, y una propuesta para el valor de los puntos de poder político, reflejando la corona de ramas de olivo como significado de "premio", "victoria", "poder".

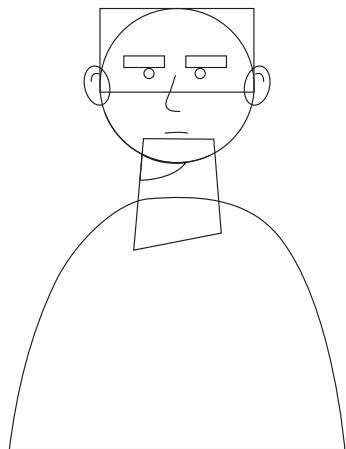
En el Anexo 4 se recogen las diferentes ilustraciones realizadas de los personajes políticos, edificios e iconos.



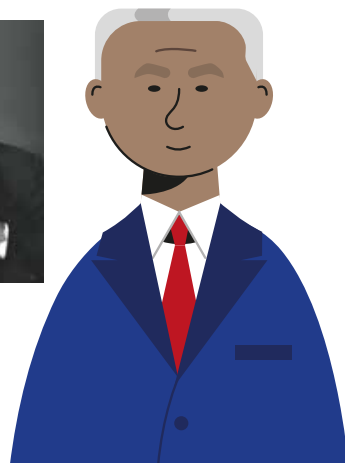
FIG.16. ILUSTRACIÓN DE OLGA SEMKLO



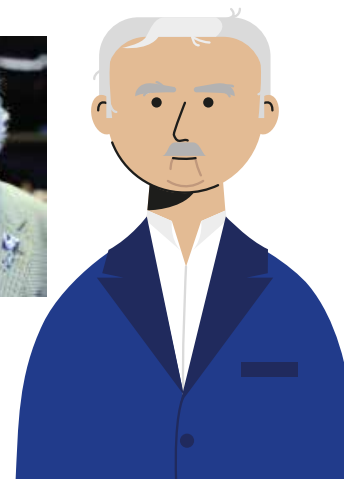
FIG.17. ILUSTRACIÓN DE COSMIN SERBAN



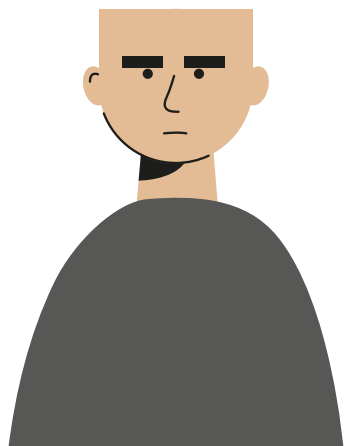
BASE



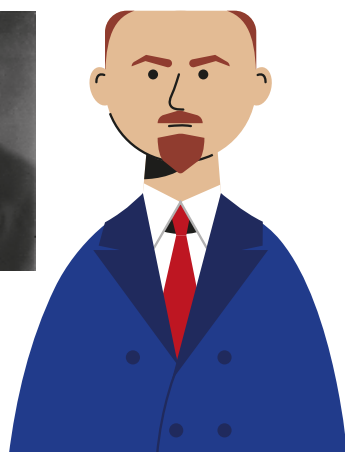
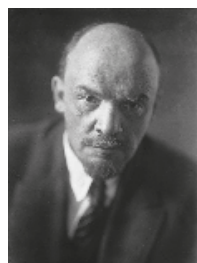
NELSON MANDELA



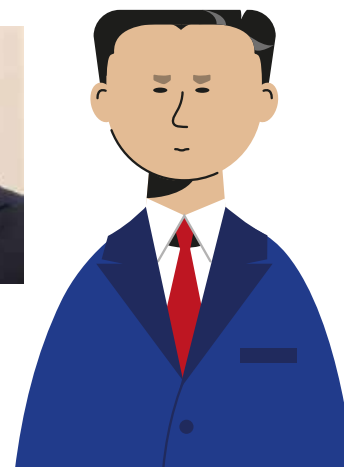
JOSÉ MUJICA



BASE COLOR

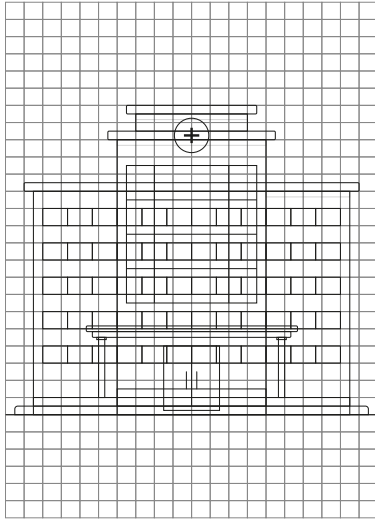


VLADIMIR LENIN

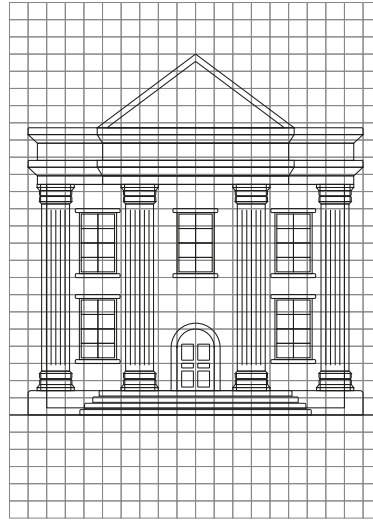


XIN JINPING

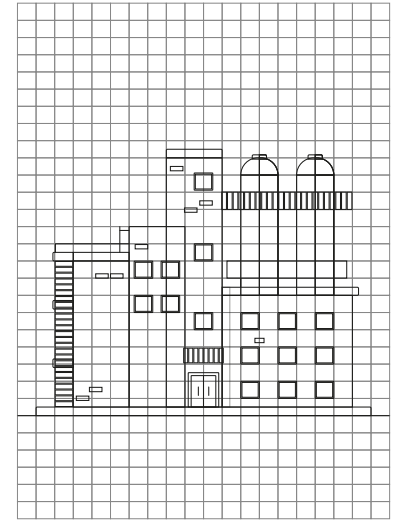
FIG.18. PROCESO DE LAS ILUSTRACIONES DE LOS PERSONAJES



**HOSPITAL**



**BANCO**



**FÁBRICA**

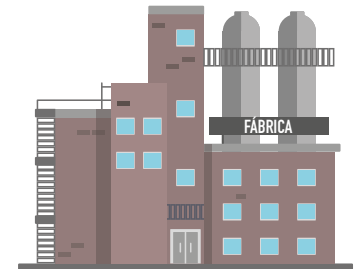


FIG.19. PROCESO DE LAS ILUSTRACIONES DE EDIFICIOS

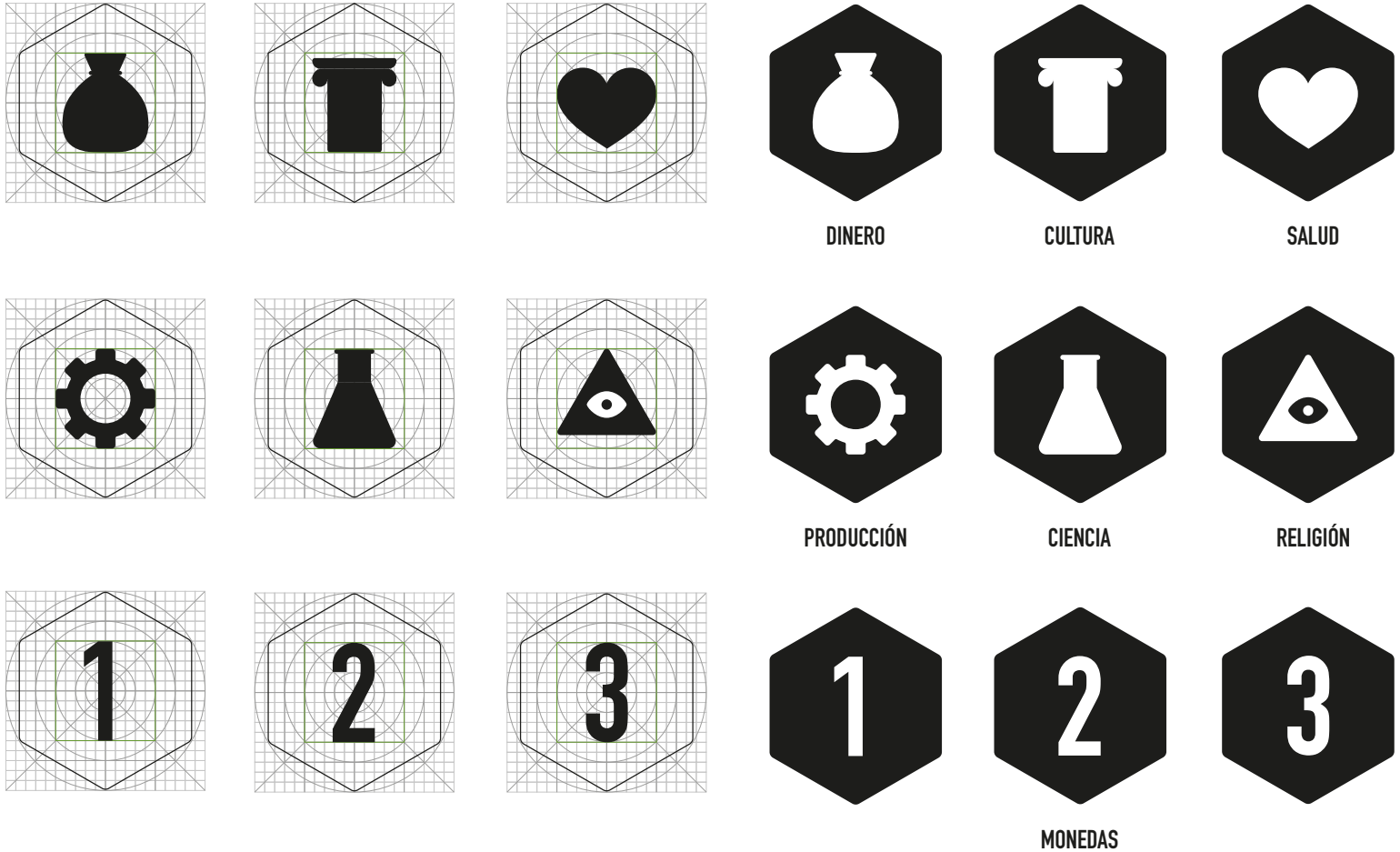


FIG.20. PROCESO DE DISEÑO DE LOS ICONOS



## COMPOSICIÓN DE LAS CARTAS

Teniendo todos los elementos de las cartas definidos se puede realizar pruebas de composición más encaminadas al prototipo final. Se comienza diseñando la carta de ministro y se realizan bocetos digitales probando diferentes tipos de composición siempre pensando en la funcionalidad del juego. Dado a que los jugadores tendrán las cartas en las manos antes de jugarlas y revelarlas, los elementos más esenciales se colocan en el lado izquierdo de la carta ya que es el espacio de la carta visible cuando estas están en las manos. Los elementos que tienen importancia después de ser jugados se colocan del lado derecho. Las ilustraciones se deciden colocar en el centro, ya que colocándolas en un lateral se crean complicaciones en los demás elementos como símbolos y texto. Se define la propuesta de la carta de ministro y esta es la composición que se toma como base para realizar las demás cartas (fig.21).

Para el reverso de las cartas se realiza una composición limpia y sencilla. Se utiliza el logotipo del juego y el tagline centrado en negativo sobre un fondo negro. Las cartas de políticas y presidentes como se habla en el apartado de las *Reglas/Selección de políticas y presidentes* (pág.109) tendrán una distinción con respecto a las demás cartas, identificando el logotipo y tagline con los 4 colores ideológicos (fig.22).

En el Anexo 5 se recoge el prototipo final de las diferentes cartas realizadas.



FIG. 21. PROCESO DE DISEÑO DE LA CARTA DE MINISTRO



FIG.22. DISEÑO DE LAS DIFERENTES CARTAS DEL JUEGO

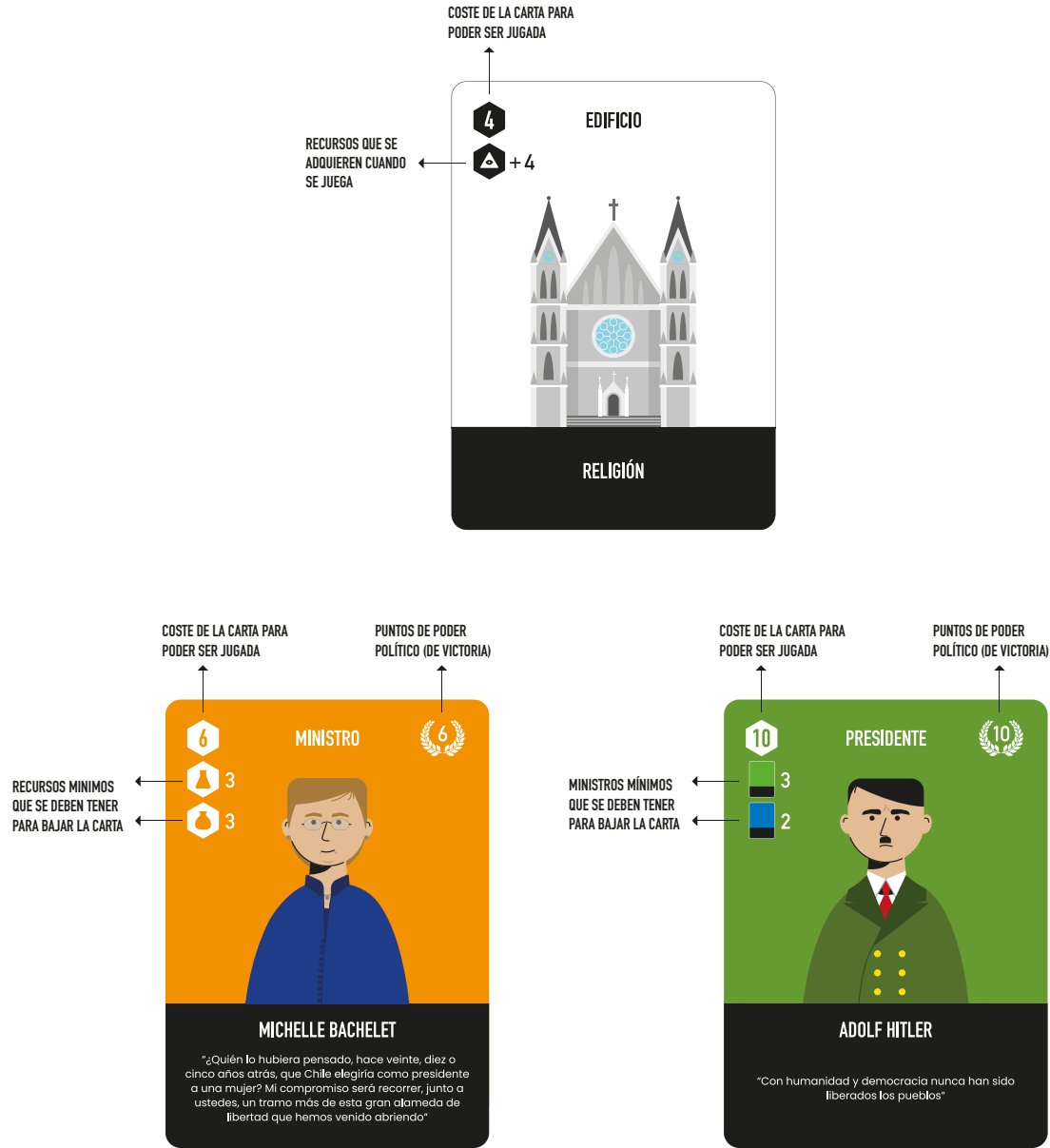


FIG.23. ANATOMÍA DE LAS CARTAS

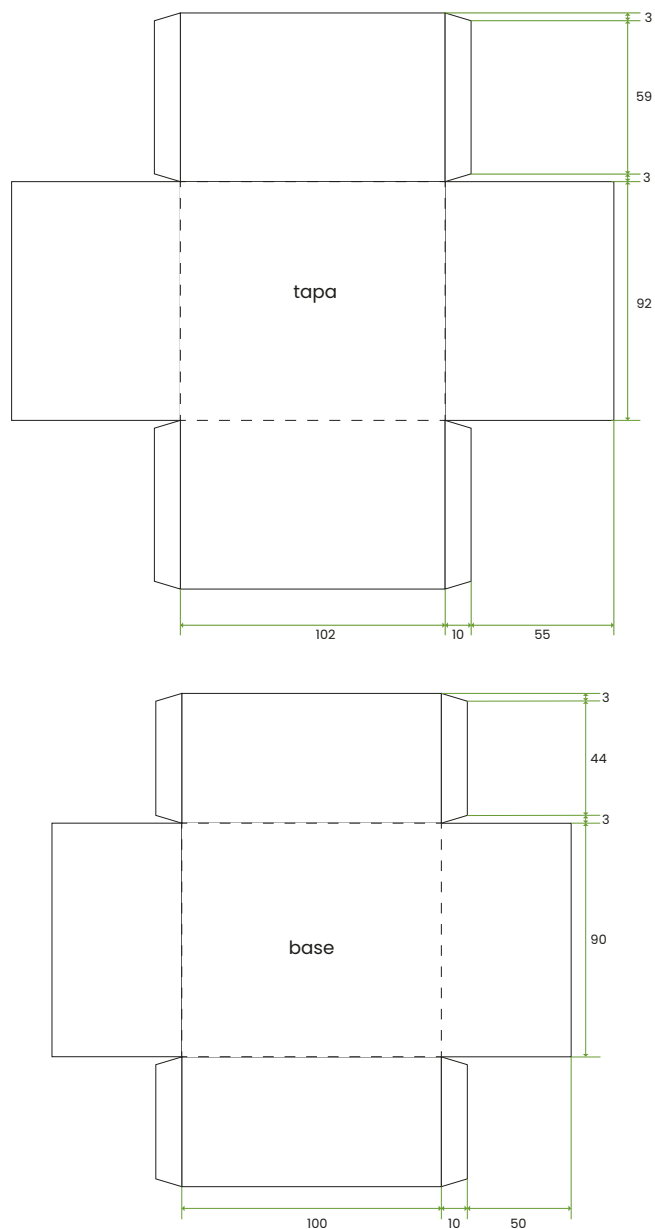


FIG.24. DESPLIEGUE Y MEDIDAS DEL PACKAGING

## PACKAGING

Se decide un packaging tradicional de base y tapa rectangular. Para obtener el tamaño de la caja se mide el grosor de 20 cartas y luego se realiza la proporción con las 324 cartas que tiene el juego:  $20 \text{ cartas} = 97,2\text{mm} - 324 \text{ cartas} = x$ . Haciendo la regla de tres se tiene como resultado la proporción total de las cartas siendo  $88 \times 63,5 \times 97,2\text{mm}$ . Teniendo estas medidas ya se puede realizar el despliegue de la caja, recordando que la base debe ser unos milímetros más ancha que las cartas y que la tapa debe ser unos milímetros más ancha que la base (fig.24).

Se decide realizar una ilustración que realce la historia y la estructura del juego. Los jugadores tendrán que escoger quienes serán los líderes que formarán su partido, de la misma forma que cuando se vota se tiene que elegir un líder político. Al mismo tiempo en la vida real cuando se vota por alguien se realiza una votación metiendo la papeleta del dirigente escogido en una urna, que está llena de otras miles de papeletas. La representación de la urna con la mano de los votantes y las papeletas con los diferentes colores ideológicos representa las mismas decisiones que se tomarán dentro del juego, escoger los dirigentes sería lo mismo que bajarlos dentro del juego. La urna incluso podría representarse como la misma caja del juego llena de cartas con los diferentes políticos (fig.25).

En la base de la caja se expone una breve explicación del juego, el contenido del juego, y las indicaciones de número de jugadores, edad requerida y tiempo de juego. Además se proporciona el icono de reciclaje expresando la sostenibilidad del producto. En los laterales de la base se añaden los códigos QR de la aplicación y las reglas (fig.26).

En el Anexo 6 se recogen las diferentes ilustraciones propuestas para el packaging del juego.



FIG.25. TAPA PACKAGING PROTOTIPO FINAL DESPLEGADA



FIG.26. BASE DEL PACKAGING PROTOTIPO FINAL DESPLEGADA

## APLICACIÓN MÓVIL

Como se explica en el apartado de *Producción de los materiales: tecnología* se diseña una aplicación móvil con el objetivo de disminuir los costes de producción y aprovechar la tecnología que se tiene al alcance de todos hoy en día: el móvil. Se define un menú inicial que contiene la misma ilustración de la caja con su respectiva marca y 3 apartados: el contador de recursos, la información de los personajes políticos y las reglas en formato PDF. Buscando un diseño limpio que conecte con los distintos elementos del juego se propone una interfaz en fondo blanco al igual que el packaging y se utilizan los 4 colores definidos para la clasificación del espectro, las respectivas ilustraciones de los personajes y la misma elección tipográfica.

En el *Anexo 7* se recogen los wireframes y el diseño de la interface de la aplicación.



FIG.27. INTERFACE DEL MENÚ PRINCIPAL DE LA APLICACIÓN



FIG.28. INTERFACES DEL CONTADOR Y DE LOS PERSONAJES



## ANÁLISIS

Definido los 4 elementos básicos y recopilando todas las decisiones tomadas se realiza el análisis de los elementos de la experiencia de juego dictados por *Juan Carballal*<sup>81</sup>. Esto permite verificar todos los apartados y tener una visión más clara de lo realizado anteriormente.

A través de la metodología de *Jesse Schell* y los 4 elementos básicos ha sido posible realizar un flujo de trabajo organizado que determinara el funcionamiento del juego en todos los aspectos. Era importante antes de crear la identidad visual definir la estructura de juego y sus aspectos gráficos ya que estos son los que sirven realmente como punto de partida para la creación de la marca. Es a raíz de estos elementos que se crea una identidad que conecte con los aspectos visuales del producto (iconos, ilustraciones y colores) del propio juego.

81. Juan Carballal «Elementos de la experiencia de juego», Youtube, Geek Out! AR, 4/12/2017, acceso en enero de 2021, [https://www.youtube.com/watch?v=9xy1\\_qHif9E](https://www.youtube.com/watch?v=9xy1_qHif9E)

## NOMBRE DE JUEGO: -

|                            |   |
|----------------------------|---|
| <b>TEMÁTICA</b>            | Política  |
| <b>AMBIENTACIÓN</b>        | Historia de la política. Ficticio   |
| <b>OBJETIVO</b>            | Construir con los líderes de la historia política un partido político y cantar gobierno según las diferentes ideologías |
| <b>TIEMPO DE JUEGO</b>     | 60 minutos  |
| <b>NÚMERO DE JUGADORES</b> | 2 a 4 jugadores   |
| <b>EDAD</b>                | 15 años en adelante   |
| <b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>  | 2021  |
| <b>AUTOR</b>               | Rebeca Ferrer   |
| <b>EDITORIALES</b>         | -   |
| <b>ESTILO GRÁFICO</b>      | Ilustraciones planas estilo minimal   |

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>DINÁMICAS</b>   | Competición, azar, estrategia, diversión, comercio, debate  |
| <b>MECÁNICAS</b>   | Gestión de cartas en mano, crear colecciones, elección de acciones simultáneamente  |
| <b>COMPONENTES</b> | 90 cartas de dinero<br>20 cartas de eventos<br>90 cartas de edificios<br>72 cartas de ministros<br>12 cartas de presidentes<br>40 cartas de políticas |
| <b>MATERIALES</b>  | Cartulina o cartón prensado (caja), papel piedra (cartas)   |

## NAMING

El naming es el primer paso que dota de significado a la marca, este término resalta y transmite sus valores en todo momento: un nombre adecuado dice mucho de la marca, la hace más atractiva, y sobre todo, reconocible. Siendo un componente de sumo valor, es necesario analizar los distintos factores a lo que se enfrenta la marca para una correcta elección.

El naming debe ser sencillo de pronunciar y fácil de recordar, debe ajustarse a la personalidad de la marca y sobre todo debe ser distintivo de la competencia.

## PRINCIPALES ATRIBUTOS DEL PRODUCTO

Siendo el naming una expresión de la marca que define, caracteriza y comunica, es necesario encontrar un concepto que exprese los atributos de la misma. Es así como primero se identifican los cinco principales adjetivos que se quieren transmitir con la marca: divertido, competitivo, inclusivo, didáctico y resolutivo.

## PROMESA DEL PRODUCTO

El juego de mesa se presenta como una didáctica que desarrolla las competencias políticas de los ciudadanos, proporcionando estrategias dinámicas y divertidas se logra que las personas, sobre todo los jóvenes, interioricen de una manera más placentera contenidos que normalmente suelen ser complejos y aburridos. Mediante un plano imaginario se permite que las personas aprendan de una manera sencilla, significativa, y sin frustraciones los conocimientos políticos.

## MAPEO DE LA COMPETENCIA

Existen numerosos juegos de mesa que están enfocados hacia el campo político, hacer un mapeo de todos requeriría excesivo tiempo, sin embargo, en este apartado se analizarán los nombres de los juegos estudiados en el apartado *Análisis de juegos de mesa (pág.74)*. Esta lista contiene juegos conocidos a nivel mundial y no tan conocidos pero con una ambientación muy parecida a la de este proyecto.

- Ciudadelas
- Corruptia
- Dominion
- Catan
- Trought the Ages
- Secret Hitler
- Twiligth Struggle
- The Contender
- Statecraft
- Propaganda

Se ve como los nombres no presentan ninguna semejanza entre ellos, aunque la mayoría tienen definiciones relacionadas con lo político: Ciudad, corrupción, dominio, propaganda, política (statecraft), lucha (struggle), contendiente (contender).

## CATEGORÍA DEL PRODUCTO

El producto compite dentro del ámbito de ocio en la categoría de juego de mesa, específicamente juegos de cartas con temática política. Su comercialización está enfocada hacia jugueterías, librerías, tiendas de juegos y plataformas de venta online (redes sociales y páginas web).

Como competidores primarios se encuentran los juegos de cartas enfocados con la misma temática política, su comercialización es muy escasa ya que normalmente los juegos políticos suelen ser de larga duración e incluyen más materiales que solo las cartas. Como competidores secundarios se encuentran los juegos de mesa políticos y los juegos de mesa genéricos con otro tipo de temática, los primeros son los más usuales que se encuentran en el mercado, tienen gran demanda y valoración, y los segundos son grandes competidores ya que por diversas temáticas cautivan a los compradores. El ciclo de compra de todos los juegos suele ser irregular pero muy recurrente durante todo el año, ya que no es un material que se necesite pero la gente los compra porque ofrecen diversión y entretenimiento.

## PROPUESTAS DE NAMING

En este apartado se analizan las palabras que pueden funcionar como concepto y se presenta un listado de posibles soluciones:

- Política
- Ideología
- Gabinete
- Gobierno
- Democracia
- Poder
- Ideales
- Idílica
- Utopía
- Sociedad digna
- Justicia
  
- Partitocracia = partido + democracia
- Partido político = partium (latín)

- Utopia = Utopian (latín)
- Politopia = politica + utopia
- Poder utópico = utopian virtute
- Polideo = Política + ideología

## LISTADO SEGÚN SU CATEGORÍA

Existe mucha flexibilidad y criterios para generar y seleccionar el nombre correcto de una marca. Aquí se clasifican las diferentes propuestas según la estrategia utilizada.

**Neologismo:** construcción de un nombre nuevo a partir de varios existentes.

- Partitocracia = partido + democracia
- Politopia = politica + utopia
- Polideo = Política + ideología

**Etimología:** procedentes de idiomas antiguos, como el griego o el latín, o creados a partir de idiomas extranjeros.

- Partido político = partium (latín)
- Utopia = Utopian (latín)
- Poder utópico = utopian virtute (latín)

## PROPUESTA DEFINITIVA

De acuerdo al análisis anterior se escoge *Partium* como naming del juego, siendo un nombre que se diferencia y es único comparándose con los otros namings del mercado. Es sencillo y memorable y tiene sentido dentro del ámbito del ocio, específicamente los juegos de mesa.

Partium es una palabra traducida al latín que significa “partido político”, un significado que representa y conecta con

el producto dada la funcionalidad del juego, formar un partido político.

*Partium* es un nombre sencillo de pronunciar y fácil de recordar perdurando en el tiempo gracias a la simplicidad de la palabra y a la carga conceptual que aporta al propio juego.

## REGISTRO DE MARCA

Para comprobar la disponibilidad existente de la marca *Partium* se realizó una búsqueda de registros de marcas dentro de la Unión Europea. Estas se realizaron a través de las plataformas de registros *esearch plus*<sup>82</sup> y *base de datos TMView*<sup>83</sup>.

La búsqueda da como resultado 4 marcas registradas con el mismo nombre en países como: Austria, Estados Unidos y Francia. Una de las marcas centra su actividad en la publicidad, mientras que las demás marcas ofrecen servicios informáticos como softwares.

Por lo tanto, *Partium* como marca relacionada con el área del ocio y de los juegos de mesa se encuentra libre de uso.

82. EUIPO. 2021. "Partium". Acceso en agosto de 2021. <https://euipo.europa.eu/eSearch/#basic/1+1+1/100+100+100+100/partium>

83. TMView. 2021. "Partium". Acceso en agosto de 2021. <https://www.tmdn.org/tmview/#/tmview/results?page=1&pageSize=30&criteria=C&basicSearch=partium>

## IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

Una vez definida la propuesta de naming se comienza el proceso de diseño de la IVC. La identidad visual es esencial para la comunicación de la marca ya que gracias a ella se permite identificar y conocer de una manera más directa el resto del proyecto. Con una propuesta adecuada, además de lograr una comunicación del proyecto, se logra captar la atención del público objetivo.

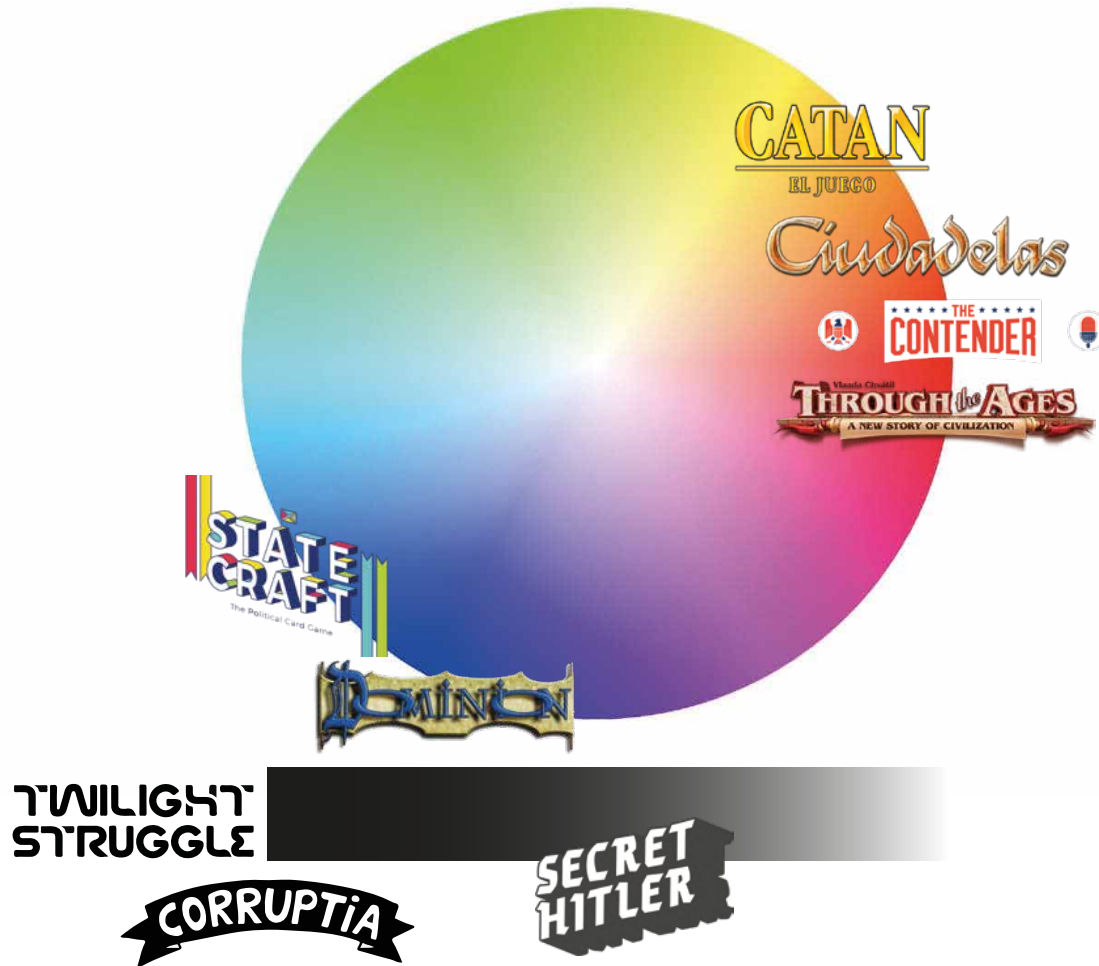
Para un correcto desarrollo de marca primero se realiza un análisis de la competencia en donde se estudian las diferentes líneas gráficas que han usado otros juegos de mesa para sus marcas y donde se analizan apartados como: tipografía, color y composición; además se realiza un brainstorming de referencias gráficas que pueden ser aportaciones positivas para el mismo desarrollo. Este estudio será clave en los siguientes apartados: conceptos a transmitir, bocetación y propuestas, los cuales definirán la propuesta definitiva de la marca.

## ANÁLISIS DE MARCAS

En este apartado se identifica la competencia del proyecto, para esto se utiliza la lista propuesta en el apartado del naming *Mapeo de la competencia (pág.134)* y se analizan los diferentes aspectos gráficos como son: color, tipografía y composición. El objetivo principal es dotar al juego con una identidad que sea visible, reconocible y única.

**Color:** se utiliza la técnica del círculo cromático y línea acromática para distinguir los colores más utilizados por los otros juegos, siendo el azul, el rojo y el negro los más utilizados. Una de las opciones de este estudio puede ser el cambiar radicalmente los colores y utilizar colores distintos a la competencia para así “destacar”, esto si beneficia





Se excluye propaganda de este estudio ya que no se encuentra su logotipo.

FIG.29. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA MEDIANTE EL CIRCULO CROMÁTICO

y concuerda con lo que se quiere transmitir del proyecto.

**Tipografía:** en cuanto a la tipografía se analizan aspectos referentes al estilo tipográfico y grosor. Se puede determinar que la tipografía display y la palo seco son las más utilizadas por la competencia, depende de la ambientación que tenga el juego, por ejemplo *Dominion*, *Ciudadelas*, *Through The Ages* tienden a una tipografía display con estilo serif la cual realzan un estilo antiguo; y juegos como *Catan*, *Corruptia*, *Secret Hitler*, *Twilight Struggle*, *The Contender* o *Propaganda* suelen utilizar una tipografía display con estilo palo seco, o directamente una tipografía palo seco, realzando aspectos más modernos. En cuanto al grosor tipográfico todos estos juegos suelen usar una tipografía gruesa, incluso algunas con delineados o efectos 3D para resaltar y delimitar la marca de la ilustración de la caja.

**Composición:** clasificando nuevamente entre los juegos que tienen una ambientación de estilo antiguo, se encuentran composiciones más cargadas ya que utilizan más elementos gráficos, técnicas de degradado y transparencia, llegando a evocar una marca más ilustrada. Para los juegos con ambientación más moderna se encuentra que la composición de la marca es más minimalista con la utilización de menos elementos gráficos, composiciones más limpias con colores sólidos y formas geométricas.

Conocer los aspectos gráficos de la competencia permite tener un punto de partida para definir dónde se quiere posicionar la marca y qué aspectos pueden lograr hacerla visible, reconocible y única.

## REFERENTES

Analizadas las IVC de la competencia, se realiza un brainstorming de las referencias gráficas que se consideran

aportaciones positivas al proceso creativo. Esto permite analizar otros campos no referidos a los juegos de mesa observando si los elementos o líneas gráficas de otras marcas con la misma temática política pueden ser de utilidad.

Se toman en cuenta tres proyectos: la propuesta de marca del *Ministerio Público Portugal*<sup>84</sup> de la diseñadora Teresa Tomé, la propuesta de marca del *SA Presidential Debates*<sup>85</sup> de los diseñadores Kgodisho Mowa y Christo Kruger; y la propuesta de marca del *Political Science Club*<sup>86</sup> del diseñador Edwar Machado.

Estas propuestas representan aspectos gráficos que son valiosos para el proyecto, la sencillez de los elementos y la armonía en las composiciones evocan la seriedad del tema político. Otro aspecto que llama la atención de estos tres proyectos es el proceso que siguen para combinar los conceptos que se quieren transmitir con la marca.

Por otro lado se toman en cuenta las líneas gráficas de la empresa *Bendita Gloria*<sup>87</sup> y el diseñador *Borja Martínez*<sup>88</sup>, los cuales usan elementos y composiciones más dinámicas para el desarrollo de marcas y contenidos, siendo útiles para algunos conceptos que se quieren evocar en la marca.

## CONCEPTOS A TRANSMITIR

Antes de plasmar gráficamente las ideas se conceptualizan los valores con los cuales se representa a la marca y por ende al juego. Determinar los conceptos que se quieren expresar con la marca crean la base para el proceso creativo y de bocetaje, ya que las ideas que se crean son de acuerdo a estos conceptos. También se tienen en cuenta los cinco principales adjetivos que se definen en el apartado de Naming/Principales atributos del producto: divertido,



FIG. 30. IDENTIDAD VISUAL DEL POLITICAL SCIENCE CLUB

84. Teresa Tomé, «Ministerio Público», Behance, acceso en julio de 2021, <https://www.behance.net/gallery/38300725/Ministerio-Publico>

85. Kgodisho Mowa y Christo Kruger, «SA Presidential Debates, Branding», Behance, acceso en julio de 2021, <https://www.behance.net/gallery/92262523/SA-Presidential-Debates-Branding>

86. Edwar Machado, «Political Science Club», Behance, acceso en julio de 2021, <https://www.behance.net/gallery/25087371/Political-Science-Club>

87. Bendita Gloria. 2021. "Trabajo". Acceso en julio de 2021. <http://www.benditagloria.com/es/>

88. LO SIENTO. 2021. "Identity". Acceso en julio de 2021. <http://www.losiento.net/identity>

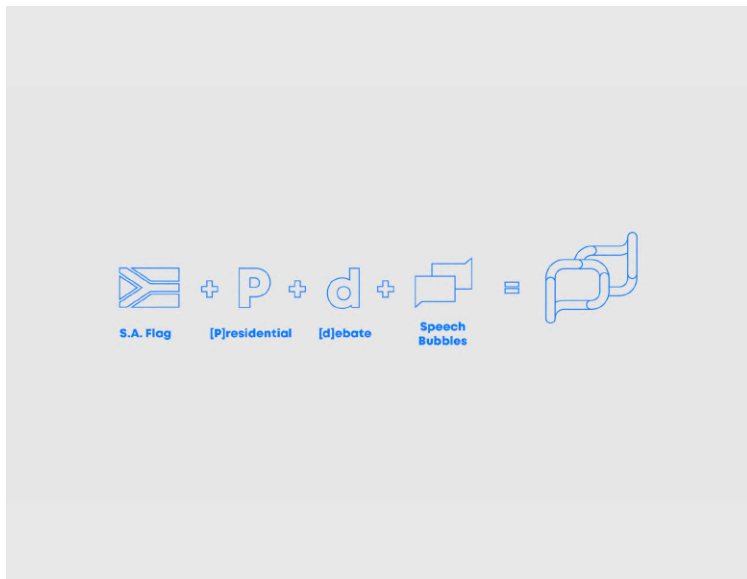


FIG.31. CONSTRUCCIÓN DE MARCA DE SA PRESIDENTIAL DEBATES



FIG.32. IDENTIDAD VISUAL SA PRESIDENTIAL DEBATES

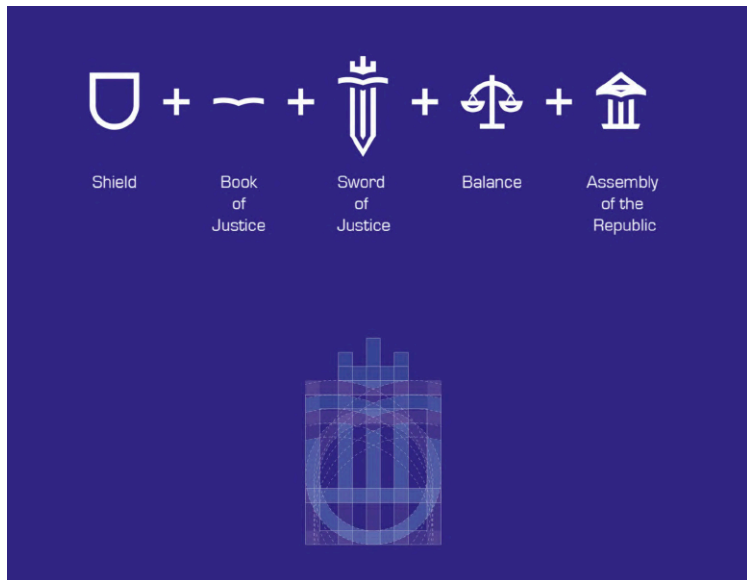


FIG.33. CONSTRUCCIÓN DE MARCA MINISTÉRIO PÚBLICO PORTUGAL

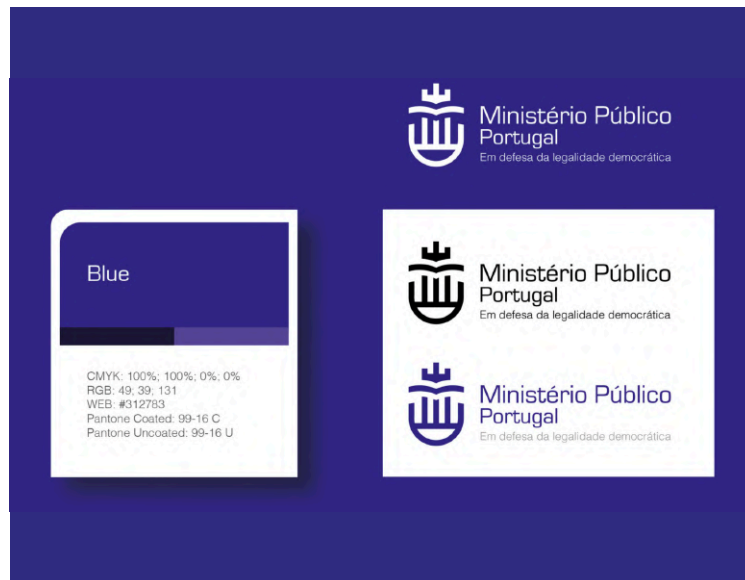


FIG.34. IDENTIDAD VISUAL MINISTERIO PÚBLICO PORTUGAL

competitivo, inclusivo, didáctico y resolutivo.

Se realiza un mapa de ideas con el concepto que engloba el proyecto: Política. Se desglosa éste añadiendo todas las palabras que están relacionadas, teniendo una visión más profunda de todos los conceptos que están envueltos en esta temática. De aquí se escogen los más relevantes y se realiza una tabla gráfica reuniendo diferentes imágenes, símbolos e iconos.

- partido, grupo, elecciones, presidente y vestimenta
- ideas, ideología, diálogo y poder
- congreso
- sociedad

Es a partir de la recopilación de estos conceptos que se empieza el proceso creativo, los elementos gráficos recopilados sirven como punto de apoyo para entender cómo se pueden expresar visualmente estas ideas.

En el *Anexo 8* se recogen los diferentes mapas gráficos creados a partir de los conceptos obtenidos.

## TAGLINE

El tagline es una palabra o frase corta la cual crea un mensaje y logra encapsular la esencia de la marca y su razón para existir. Debe saber recoger el ADN de lo que la marca es en la actualidad y lo que aspira a ser en adelante, logrando una conexión emocional con los clientes. Un tagline es impactante y memorable en la medida que sea original mediante un lenguaje inspirador que no deje a nadie indiferente.

Existen diferentes tipos de tagline que básicamente se concentra en dos vías: los descriptivos y los evocativos. Los pri-

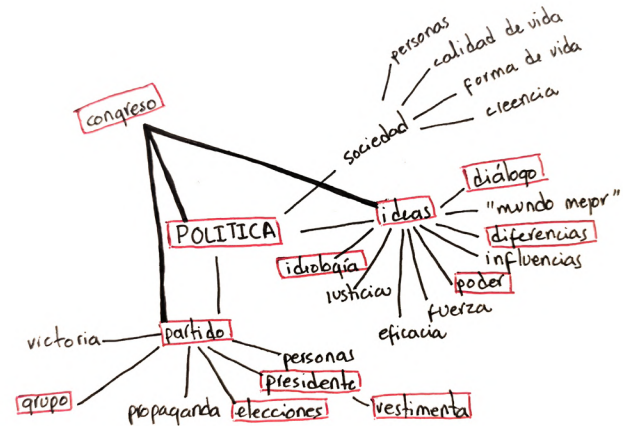


FIG.35. MAPA DE CONCEPTOS PARA LA CREACIÓN DE LA IDENTIDAD VISUAL

meros tienen una clara función de información, mientras que los segundos alcanzan las promesas y aspiraciones para conectar en un terreno emocional.

Para crear el tagline de *Partium* se utiliza uno de los conceptos que expresa e identifica al juego: el poder. Se decide crear con la combinación de las palabras “juego” y “poder” un tagline de tipo emocional/persuasivo, obteniendo como resultado: juego de poder, una frase que seduce y realza las características del juego.

## PROPUESTAS

En el transcurso del proceso creativo se experimentan diferentes tipos de composición, esto permite un desarrollo donde las ideas que surgen no estén limitadas. Se prueban distintos elementos (logotipos, isotipos, imagotipos, etc) y distintos tipos de composición por forma (proporción, posicionamiento, orientación, balance y armonía, espacio negativo, líneas, repetición, etc). Aunque se cree un proceso más desordenado, se permite más libertad creativa para explorar diferentes campos fuera de la zona de confort. A través de la unión de elementos, líneas, formas y tipografía se crean propuestas que expresan los conceptos antes mencionados.

Se desarrollan varias propuestas con conceptos como presidente, vestimenta, sociedad, elecciones, incluso algunos combinados con la palabra *partium*, pero no se alcanza visualmente una definición que realce la marca. Se obtiene un punto determinante cuando se comienza a trabajar con la palabra “congreso” la cual realmente engloba varios de los conceptos ya anteriormente utilizados: política, partidos (grupos), diálogo, ideologías. Explorando este camino se representa, con el apoyo de dos fotografías del interior del congreso, los aspectos más resaltantes en cuanto a la

vestimenta + presidente  
+ partium



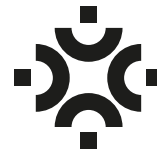
sociedad + partium



elecciones + partium



elecciones + sociedad



partium + congreso



FIG.36. VARIAS PROPUESTAS DE LOGOTIPO

composición del objeto:

- **Campo visual, dimensiones y perspectivas:** se estudian diferentes perspectivas del objeto mediante dos fotografías encontradas, en una se percibe el congreso en forma de U y en otra se percibe como una circunferencia.
- **Líneas delimitadoras y definitorias de la forma del objeto:** se realiza la propuesta en forma de U añadiendo con líneas gruesas todos los aspectos que destacan de la forma del congreso, para así formar de una manera abstracta y a través de simples trazos una silueta que representa este concepto.
- **La repetición de los objetos dentro de la composición:** se exploran diferentes caminos a partir de aquí intentando simplificar más trazos o añadiendo otros elementos, aquí se emplea la idea de líneas segmentadas como un patrón repetitivo y armónico.
- **El balance y la armonía del objeto:** sin una decisión firme se prueba este mismo patrón con la perspectiva de la segunda fotografía, la circunferencia, se observa que este elemento introduce armonía y balance al patrón de líneas segmentadas.
- **El posicionamiento y la orientación del objeto:** es importante resaltar que se aprovechan las fotografías tomadas de este ángulo para la creación de este elemento visual, al dejar el espacio en blanco en la parte superior del elemento se permite transmitir una sensación de espacio, libertad e incluso dinamismo (una especie de alas abiertas que dan paso al movimiento o esa sensación de continuidad).

Es a partir de la creación de este elemento que se puede continuar con el proceso de identidad. Hay que recordar que el naming y el tagline son otros dos elementos que dotan de significado y fuerza a la marca y es por esto que deben integrarse dentro de la IVC. Creado el símbolo de la



congreso = política, partidos  
(grupos), ideologías, diálogo

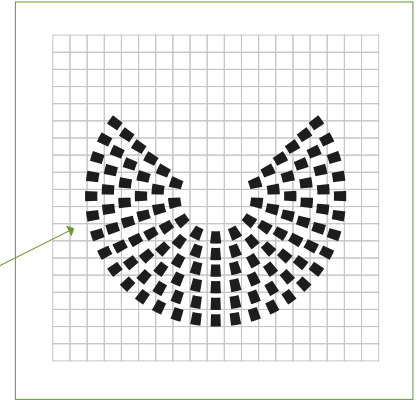
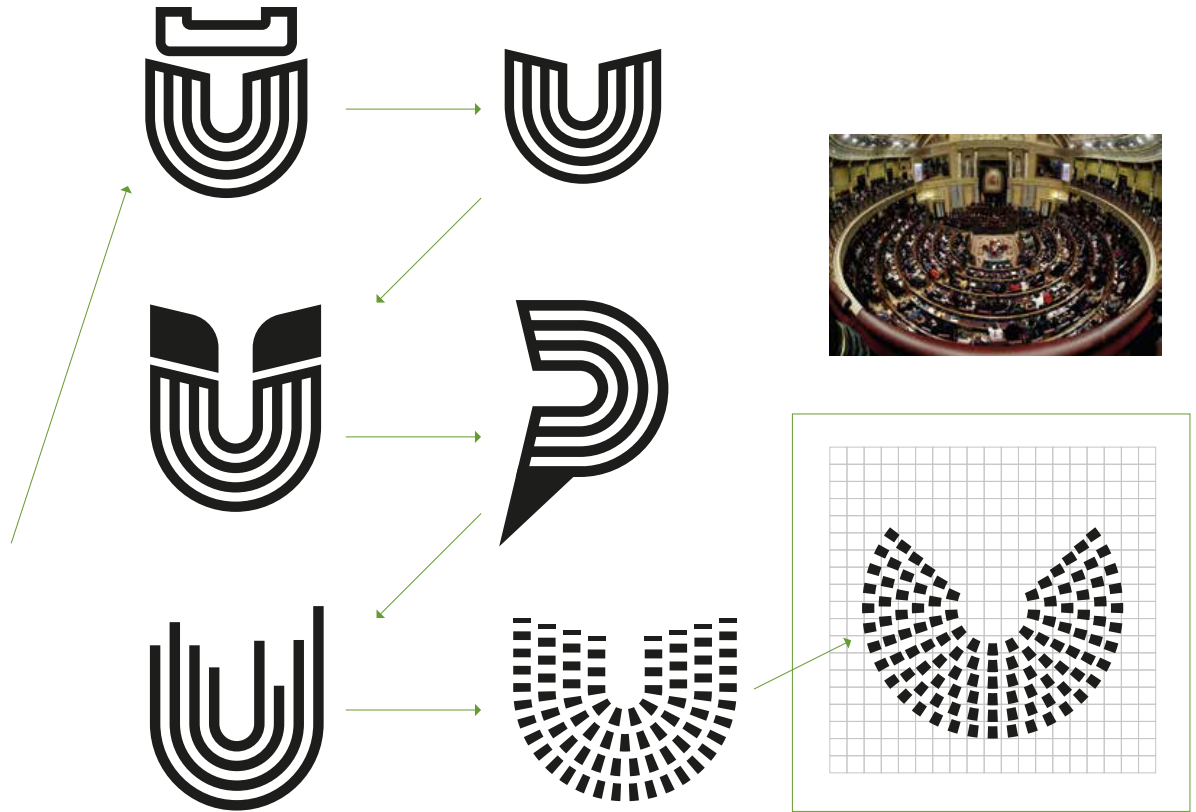


FIG.37. PROPUESTAS TRABAJADAS CON EL CONCEPTO CONGRESO



FIG.38. PROPUESTAS DE IDENTIDAD

identidad, se analizan la forma y grosor de diferentes tipografías buscando una conexión con el símbolo definido y se prueban varios tipos de composición creando una jerarquía entre el naming, el tagline y el símbolo. También se realizan pruebas con una tipografía en caja alta y una tipografía en caja baja, ya que ambas opciones podrían crear conceptos que se unan a la marca, y se observa la composición y forma que se crea con ambas opciones.

## PROPUESTA DEFINITIVA

Como propuesta definitiva de IVC se escoge un imagotipo que comunica y realza los valores y conceptos de la marca. Se logra una composición armónica y balanceada de acuerdo a la jerarquía de los elementos que constituyen la IVC (fig.38 y 39).

### ISOTIPO

El isotipo creado representa una abstracción de la forma del congreso, un concepto que se entrelaza con el espacio donde se desarrolla la comunicación, el pacto y diálogo entre los políticos de las diferentes ideologías para definir acuerdos que beneficien el bien de la sociedad. Además, la orientación que se escoge de este elemento con el vacío en blanco en la parte superior, hacen que se evoquen sensaciones de espacio, libertad y continuidad, ejemplificando incluso unas alas abiertas que dan ligeramente paso al movimiento y dinamismo. Este elemento se presenta como el segundo dentro de la jerarquía compositiva.



FIG.39. PROPUESTA DEFINITIVA DE IDENTIDAD VERSIÓN VERTICAL



FIG.40. PROPUESTA DEFINITIVA DE IDENTIDAD VERSIÓN HORIZONTAL



FIG.41. COLOR DEFINIDO PARA LA IDENTIDAD

## LOGOTIPO

Es el primero en la fila de jerarquización y es por esto que para realzar este elemento se escoge la tipografía DIN Alternate Bold con trazos gruesos y contundentes, además de que resuelve los posibles problemas de aplicación en las diferentes plataformas, sobre todo en el packaging. Se escoge una tipografía sans serif con caracteres en caja alta con los que se logra expresar modernidad y juventud, al mismo tiempo que confianza y seriedad, los primeros conceptos conectan con las características del proyecto y el público objetivo: un juego de mesa enfocado sobre todo para jóvenes, y los segundos realzan la fiabilidad de los contenidos del juego y su temática. Para crear dinamismo en el logotipo y realzar las características de juego moderno se modifica el tracking y el kerning del logotipo hasta lograr un espacio armónico entre cada carácter.

## TAGLINE

El tagline busca persuadir y seducir al público objetivo expresando el valor competitivo dentro del juego, este es el tercer elemento en la fila de jerarquización y por ende se utiliza la tipografía sans serif Poppins en su versión regular para obtener trazos más finos, los caracteres se mantienen en caja alta y se modifican el tracking y el kerning en medida de la longitud del logotipo, creando los mismos valores del logotipo.

## COLOR

Siendo un juego de mesa que comparte información fiable y neutra es importante que los colores que se utilicen en la IVC no estén asociados a ningún tipo de ideología. Se escoge el negro como color corporativo, ya que es un co-

lor que expresa fuerza, poder, autoridad y estiliza la marca. Como colores secundarios se proponen los cuatro colores utilizados para el juego y los cuales si se asocian con cada una de las ideologías: rojo, naranja, azul y verde. Usando estos cuatro colores de manera equitativa entre ellos se sigue manteniendo la imparcialidad hacia un tipo de ideología. Los colores secundarios están predestinados para utilizarse como fondos o elementos que acompañen a la IVC.

Aunque se crea una composición que denomina la IVC, el isotipo, el logotipo y el tagline son elementos independientes entre ellos y por sí solos logran evocar una importante carga conceptual de la marca. Creando este imagotipo se permite la flexibilidad y la aplicación de estos tres elementos que constituyen la identidad visual del juego Partium.

En el *Anexo 9* se encuentra el manual de la IVC, el cual clarifica la construcción de la marca y la correcta utilización de la misma.



FIG.42. SET DE FOTOGRAFÍA CREADO PARA REALIZAR LAS FOTOGRAFÍAS DEL PROTOTIPO

## PROTOTIPO

La producción del prototipo fue realizada por *114 Espacio Creativo*, una empresa que tiene como valores los principios del desarrollo sostenible. Se utilizó para la caja cartulina Creator de 300gr y se le adhirió papel Adestor de 80gr previamente impreso con el material gráfico estipulado. Para las cartas se hicieron pruebas en el papel piedra, pero la calibración de la impresora no permitía conseguir colores realmente fieles y por esto se opta para el prototipado la utilización de papel Kraft de 300gr. Por último, se le añadió un laminado mate tanto a la caja como a las cartas.

Para las fotografías del prototipo se armó un set hogareño mediante una caja, papel de horno y dos focos de LED.

Es importante resaltar que el prototipo conseguido para este proyecto contiene materiales que no son los realmente deseados para el proyecto y que trabajan a modo de ejemplo para la presentación de este juego de mesa.



FIG. 43. FOTOGRAFÍA DE LA CAJA Y LAS DIFERENTES CARTAS





FIG.44. FOTOGRAFÍA DE LA CAJA Y LAS DIFERENTES CARTAS





FIG.45. FOTOGRAFÍA DE LA CAJA Y LAS DIFERENTES CARTAS



FIG.46. FOTOGRAFÍA DE LA CAJA Y LAS DIFERENTES CARTAS





## 05/ CONCLUSIÓN



Elegir *Partium* como trabajo de fin de carrera ha supuesto un enorme reto. A la hora de trabajar con dos temáticas tan diferentes entre ellas y desconocidas por mi parte, he tenido que salir de mi zona de confort en todos los sentidos. Entender el mundo de la política no es algo tan sencillo si no te das la oportunidad de aprender, pero no menos complicado es adentrarse al mundo de los juegos de mesa e intentar crear uno.

A pesar del arduo proceso que implicó este proyecto, el poder visualizar ahora lo que antes solo era una idea, o incluso mucho menos que una idea, son resultados atribuidos a la enseñanza del diseño y su búsqueda constante de soluciones. Gracias a esto, *Partium* es un proyecto que lleva consigo una importancia social, trabaja de forma inclusiva y se ajusta a los principios del desarrollo sostenible, siendo un producto más amigable con el medio ambiente.

Mi objetivo es que *Partium* siga creciendo y se convierta en un proyecto multidisciplinar del que se pueda seguir trabajando conjunto con profesionales de otros sectores para así enriquecer, reforzar y poder despertar interés en la gente sobre este juego de mesa.





## 06/ BIBLIOGRAFÍA





## BIBLIOGRAFÍA

Airey, David. Diseño de Logos. España: Anaya Multimedia, 2019.

Ambrose, Gavin. Color : sensación producida por los rayos luminosos que impresionan los órganos visuales y que depende de la longitud de onda. Barcelona: Parramón, 2006.

Ambrose, Gavin. Retículas : estructura o patrón de líneas que se utiliza como guía para situar los elementos de un diseño. Barcelona : Gustavo Gili, 2008.

Bou, Louis. Fly flyer fly. Sant Adrià de Besòs, Barcelona : Instituto Monsa de Ediciones, 2006.

Costa, Joan. La imagen de marca : un fenómeno social. Barcelona: Paidós, D.L. 2004.

Dondis, D.A. La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual, Gustavo Gili. 1976. Diccionario de las tecnologías de la imagen, Gedisa, 1998.

Heller, Eva y Joaquin Chamorro. Psicología del color. España: Gustavo Gili, 2004.

Kane, John. Manual de Tipografía. Barcelona: Gustavo Gili, 2012.

Schell, Jesse. The Art of Game Design. EEUU: Elsevier, 2008.

Swann, A. El color en el diseño gráfico. Principios y uso efectivo del color, Manuales De Diseño. España: Gustavo Gili, 1993.

Wheeler, Alina R. Diseño de marcas. España: Anaya Multimedia, 2018.

Wucios Wong, Eugeni. Fundamentos del diseño. España: Gustavo Gili, 1995.

## WEBGRAFÍA

Aman Jaiswal, Shrishti Iyer y Chandrasekar periagaram, «Famमल्लि - Get In With Your Kin», Behance, acceso en julio de 2021, <https://www.behance.net/gallery/95062053/Fam-Get-In-With-Your-Kin>

Bendita Gloria. 2021. "Trabajo". Acceso en julio de 2021. <http://www.benditagloria.com/es/>

Benedicto, Jorge. "La juventud frente a la política:¿desenganchada, escéptica, alternativa o las tres cosas a la vez?". *Revista de estudios de juventud*, n.81 (s.f), 13-28. <http://www.injuve.es/sites/default/files/2013/05/publicaciones/documentos-1.pdf>.

Blanco, Francisco. "Comunismo: historia, ideología y características". *Politocracia*, s.f. Acceso junio de 2021. <https://www.politocracia.com/ideologias/comunismo/>

Blanco, Francisco. "Conservadurismo: ideología, características e historia". *Politocracia*, s.f. Acceso en junio de 2021. <https://www.politocracia.com/ideologias/conservadurismo/>

Blanco, Francisco. "Fascismo: origen, historia y características". *Politocracia*, s.f. Acceso en junio de 2021. <https://www.politocracia.com/ideologias/fascismo/>

Blanco, Francisco. "Liberalismo: ideología, tipos y características". *Politocracia*, s.f. Acceso en junio de 2021. <https://www.politocracia.com/ideologias/liberalismo/>

Blanco, Francisco. "Socialdemocracia, ¿en qué consiste?".

*Politocracia*, s.f. Acceso en junio de 2021. <https://www.politocracia.com/ideologias/socialdemocracia/>

Bracamonte, Eduardo. "Política, Estado y gobierno". *Revista Universidad Católica Boliviana*, n.10 (2002), 73-78. <http://www.scielo.org.bo/pdf/rcc/n10/a09.pdf>.

Brea García, Sergio. "La (a)tracción del centro". Tesis doctoral, Universidad de Oviedo, 2020. [https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/57767/TD\\_SergioBreaGarcia.pdf?sequence=2](https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/57767/TD_SergioBreaGarcia.pdf?sequence=2)

Carballal, Juan. «Elementos de la experiencia de juego». Youtube. Geek Out! AR, 4/12/2017. Acceso en enero de 2021. [https://www.youtube.com/watch?v=9xy1\\_qHif9E](https://www.youtube.com/watch?v=9xy1_qHif9E)

Catalán, Antonio. "Cultura y juego de mesa analógicos". Trabajo de Fin de Grado. Universitat Oberta de Catalunya, 2020. <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/121635/6/acatalanviTFM0820.pdf>

Catalán, Antonio. "Estudio sobre la evolución del juego de mesa y su transformación en producto editorial". Proyecto final de Licenciatura. Instituto Superior de Educação e Ciências, 2016. [https://www.academia.edu/29616384/Estudio\\_sobre\\_la\\_evoluci%C3%B3n\\_del\\_juego\\_de\\_mesa\\_y\\_su\\_transformaci%C3%B3n\\_en\\_producto\\_editorial\\_Criterios\\_para\\_la\\_edici%C3%B3n\\_producci%C3%B3n\\_y\\_comercializaci%C3%B3n\\_de\\_un\\_juego\\_de\\_mesa](https://www.academia.edu/29616384/Estudio_sobre_la_evoluci%C3%B3n_del_juego_de_mesa_y_su_transformaci%C3%B3n_en_producto_editorial_Criterios_para_la_edici%C3%B3n_producci%C3%B3n_y_comercializaci%C3%B3n_de_un_juego_de_mesa)

De Chile. 2021. "Etimología de Jugar". Acceso octubre 2020. [http://etimologias.dechile.net/?jugar#:~:text=La%20palabra%20jugar%20viene%20del,nos%20viene%20joya%20y%20jocoso.\(De Chile 5/3/2021\)](http://etimologias.dechile.net/?jugar#:~:text=La%20palabra%20jugar%20viene%20del,nos%20viene%20joya%20y%20jocoso.(De%20Chile%205/3/2021))

Doctor Meeple. «Reseña de Secret Hitler». Doctor Meeple. 12/9/2018. Acceso en marzo 2021. <https://doctormeeple>.

es/2018/09/12/secret-hitler/

Edwar Machado, «Political Science Club», Behance, acceso en julio de 2021, <https://www.behance.net/gallery/25087371/Political-Science-Club>

Estévez, Ricardo. “¿En qué consiste el diseño sostenible?”. *Ecointeligencia*. 24/11/2020. Acceso en junio de 2021. <https://www.ecointeligencia.com/2020/11/disenio-sostenible/>

EUIPO. 2021. “Partium”. Acceso en agosto de 2021. <https://euipo.europa.eu/eSearch/#basic/1+1+1/100+100+100+100/partium>

Gaming For The Commons. “Propaganda”. Acceso en abril de 2021. <https://gamingforthecommons.net/participantes/propaganda>

García-Albacete, Gema M. “¿Apatía política? Evolución de la implicación de la juventud española desde los años 80”. *Revista de estudios de juventud*, n.81 (s.f), 133-158 <http://www.injuve.es/sites/default/files/documentos-7.pdf>

Gutiérrez Ruiz, Marta. “El juego: Una herramienta importante para el desarrollo integral del niño en Educación Infantil”. Trabajo de fin de grado. Universidad de Cantabria, 2017. <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/11780/RuizGutierrezMarta.pdf?sequence=>

Fraile, Marta. *Cuanto saben los ciudadanos de política*. Madrid: Fundación Alternativas, 2006. Acceso en junio 2020. [https://digital.csic.es/bitstream/10261/20803/1/ciudadanos\\_saben\\_politica.pdf](https://digital.csic.es/bitstream/10261/20803/1/ciudadanos_saben_politica.pdf)

IMisut. «Reseña: Star Realms». Misut Meeple. 29/4/2016. Acceso en marzo 2021. <https://misutmeeple.com/2016/04/reseña-star-realms/>

IMisut. «Reseña: Through the Ages, Una Nueva Historia de la Civilización». Misut Meeple. 26/10/2016. Acceso en marzo 2021. <https://misutmeeple.com/2016/10/resena-through-the-ages-una-nueva-historia-de-la-civilizacion/>

IMisut. «Reseña: Twilight Struggle». Misut Meeple. 12/10/2016. Acceso en marzo 2021, <https://misutmeeple.com/2016/10/resena-twilight-struggle/>

IMisut. «Reseña: Wingspan». Misut Meeple. 17/4/2019. Acceso en marzo 2021. <https://misutmeeple.com/2019/04/resena-wingspan/>

Instagram. 2021. "Olga Semklo". Acceso en julio de 2021. <https://www.instagram.com/semklo.design/?hl=es>

Junko child, «Conduit - board game», Behance, acceso en julio de 2021, <https://www.behance.net/gallery/74694377/Conduit-board-game>

Kgodisho Mowa y Christo Kruger, «SA Presidential Debates, Branding», Behance, acceso en julio de 2021, <https://www.behance.net/gallery/92262523/SA-Presidential-Debates-Branding>

Kickstarter. 2018. "Statecraft - a Political Strategy Game for 2-6 players". Acceso en marzo de 2021. <https://www.kickstarter.com/projects/itbboardgames/statecraft-a-political-strategy-game-for-2-6-playe>

LO SIENTO. 2021. "Identity". Acceso en julio de 2021. <http://www.losiento.net/identity>

Luis Espíritu, «SHOTS card game», Behance, acceso en julio de 2021, <https://www.behance.net/gallery/109513947/SHOTS-card-game>

Macridis, Roy y Markl Hulliung. *Las ideologías políticas contemporáneas. Regímenes y movimientos* Madrid: Alianza editorial, 1998. <https://www.g-talent.net/wp-content/uploads/2019/12/Las-ideolog%C3%ADas-politicas-contempor%C3%A1neas.pdf>

Manana Manukyan, «Creative card game “Pixel”», Behance, acceso en julio de 2021, <https://www.behance.net/gallery/100535339/Creative-card-game-Pixel>

Marczewski, Andrzej. “4 essential neurotransmitters in gamification”. *Gamified UK*, 15/6/2015. Acceso noviembre 2020. <https://www.gamified.uk/2015/01/05/neurotransmitters-you-should-know-about-in-gamification/><https://formacionempresa.net/gamificacion-4-neurotransmisores-responsables-la-felicidad/>

Montes, Elena. “Los 12 tipos de juegos que existen (y sus características)”. *Estilonext*, s.f. Acceso noviembre 2020. <https://estilonext.com/estilo-de-vida/tipos-de-juegos>

Nathan Walker, «Raid Game packaging», Behance, acceso en julio de 2021, <https://www.behance.net/gallery/97516845/Raid-Game-packaging>

Palomar Millán, German. “Los juegos de mesa. Creación y Producción”. Trabajo de Fin de Grado. Universidad de Granada, 2012. [https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/29363/German\\_Palomar.pdf;jsessionid=8B912C773442C9E1FA713C9AD82A0CC0;jsessionid=8B912C773442C9E1FA713C9AD82A0CC0?sequence=1](https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/29363/German_Palomar.pdf;jsessionid=8B912C773442C9E1FA713C9AD82A0CC0;jsessionid=8B912C773442C9E1FA713C9AD82A0CC0?sequence=1)

Pereira, Tania. “Diseño gráfico sustentable: cómo alcanzarlo”, Blog de Marketing, 20 de abril de 2021 <https://www.mediasource.mx/blog/disenio-grafico-sustentable>

Raffino, María Estela. “Democracia”. *Concepto.de*, 29/9/2020.

Acceso diciembre 2020. <https://concepto.de/democracia/>

Raffino, María Estela. "Poderes del estado". *Concepto.de*, 31/8/2020. Acceso diciembre 2020. <https://concepto.de/poderes-del-estado/>

Real Academia Española. 2021. "Jugar". Acceso octubre 2020. <https://dle.rae.es/jugar> (RAE 2021)

Rodriguez, Ame. "porque es tan importante que sigamos jugando cuando somos adultos". *Hipertextual*, 2015. Acceso noviembre 2020. <https://hipertextual.com/2015/06/jugando-cuando-somos-adultos>

Rodriguez, Eva María. "Jugar no es solo cosa de niños". *La mente es maravillosa*, 24/1/2020. Acceso noviembre 2020. <https://lamenteesmaravillosa.com/jugar-no-es-solo-cosa-ninos/>

Saez de Salassa, Josefa. "Sobre los conceptos de formas de gobiernos, formas de Estado y Régimen político". *Revista de la Universidad de Mendoza*, s.n (s.f), <https://core.ac.uk/download/pdf/268220114.pdf>.

Steam. 2021. "Reigns". Acceso en abril de 2021. <https://store.steampowered.com/app/474750/Reigns/>

Teresa Tomé, «Ministerio Público», Behance, acceso en julio de 2021, <https://www.behance.net/gallery/38300725/Ministerio-Publico>

Thecolor.blog, "¿Qué es el papel piedra?", Blog de Artes Gráficas, s.f, <https://thecolor.blog/es/papel-piedra/>

The Contender. 2008. Acceso en marzo 2021. <https://www.thecontender.us/>

TMView. 2021. "Partium". Acceso en agosto de 2021. <https://www.tmdn.org/tmview/#/tmview/results?page=1&pageSize=30&criteria=C&basicSearch=partium>

Torres, Arturo. "Las 6 formas de gobierno que rigen nuestra vida social y política". *Psicología y mente*, s.f. Acceso diciembre 2020. <https://psicologiaymente.com/miscelanea/formas-de-gobierno>

Victoria Uribe, Ricardo; Utrilla Cobos, Sandra Alicia y Santamaría Ortega, Arturo. "Diseño de juegos de mesa. Una introducción al tema con enfoque para diseñadores industriales". *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*, núm.21, 2017. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4779/477948279062/477948279062.pdf>

Wikipedia. 2021. "Juego". Acceso octubre 2020. <https://es.wikipedia.org/wiki/Juego> (Wikipedia 3/3/2021)

Youtube. 2021. "Cosmin Serban". Acceso en julio 2021. <https://www.youtube.com/channel/UCR-vujr17AbIWWp3lL8sdpg>

114 Espacio Creativo. 2021. Acceso en julio de 2021. <https://espacio114.com/>

S.A. "El juego en los adultos". Magisterio, 18/01/2017. Acceso noviembre 2020. <https://www.magisterio.com.co/articulo/el-juego-en-los-adultos>

S. A. «Catán | Cómo se juega». Youtube. Not in my Game, 21/5/2016 Acceso en marzo 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=oLBy9ygloWs>

S.A, «Cómo Jugar a Ciudadelas #Jupiclásico», Youtube, Júpiter Juegos, 6/9/2019, acceso en marzo 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=oLBy9ygloWs>



S. A. «Corruptia – Tutorial Corto y Preciso». Youtube. Diluvio Lúdico, 9/7/2019. Acceso en marzo 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=oLBy9ygl0Ws>

S.A. “¿Cuál es la diferencia entre Socialdemocracia y Socioliberalismo?”. Historiador, s.f. Acceso en junio de 2021. <https://historiador.info/cual-es-la-diferencia-entre-socialdemocracia-y-socioliberalismo/>

S. A. «Dominion – Gameplay 1 (Caja Básica 1/2)». Youtube. FrikiGuías, 29/5/2014. Acceso en marzo 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=oLBy9ygl0Ws>





**07/ ANEXOS**



## ANEXO 1: PROPUESTAS Y CARACTERÍSTICAS DE LAS PRINCIPALES IDEOLOGÍAS POLÍTICAS

| CONSERVADURISMO   |   |   |
|---|---|---|
| MODELO POLÍTICO   | MODELO SOCIAL   | MODELO ECONÓMICO  |
| <p><b>Centralismo:</b> Promueven la conservación de una estructura de poder político con un claro núcleo desde el que se tomen las decisiones.</p>                                    | <p><b>Derechos individuales limitados:</b> Sugiere que el individuo es un ser social y por eso, debe de ser apegado a los aspectos morales y estructurales que conforman una comunidad (ley natural).</p> | <p><b>Libre mercado:</b> Se mantiene las mínimas trabas estatales posibles en el comercio. El precio de los bienes es acordado por los compradores y vendedores, mediante la oferta y la demanda.</p> |
| <p><b>Separación de poderes:</b> Se divide el poder del Estado en tres grandes órganos: ejecutivo, legislativo y judicial. Cada institución es autónoma e independiente entre sí.</p> | <p><b>Derecho natural:</b> Defienden los atributos y principios que posee todo ser humano por el simple hecho de ser persona.</p>   | <p><b>Apoyo propiedad privada:</b> El individuo tiene derecho a poseer, controlar y disponer de sus propios bienes, y este mismo es protegido por la ley.</p>   |
| <p><b>Estado de derecho:</b> Todos los individuos están sujetos a las leyes, incluyendo los mismos legisladores y jueces que hacen cumplir la ley.</p>                                | <p><b>Promueven la familia tradicional (Tradicionalismo):</b> Los valores familiares y locales suelen tener un lugar privilegiado, fomentados a través de la Iglesia.</p>                                 | <p><b>No intervencionismo del Estado:</b> Sus bases no rechazan el intervencionismo en caso de que sea para promover o defender la industria nacional (aranceles).</p>                                |
| <p><b>Estado confesional:</b> Un Estado vinculado a las instituciones religiosas. Las creencias religiosas influyen en el poder político.</p>   | <p><b>Derechos individuales y sociales:</b> Defensa de la propia elección de derechos sin intervención estatal, tendiendo hacia el ámbito privado (salud, educación, etc.).</p>                           | <p><b>Prudencia fiscal:</b> Confianza empresarial de propiedad con la reducción de impuestos. Dinamismo económico.</p>  |
| <p><b>Nacionalismo:</b> Protección de la cultura propia, de la Iglesia, monarquía y símbolos nacionales.</p>  |   |   |

## SOCIALISMO Y COMUNISMO

| MODELO POLÍTICO  | MODELO SOCIAL   | MODELO ECONÓMICO   |
|--|---|--|
| <b>Centralismo:</b> Busca la centralización de poderes e interviene en los aspectos económicos y sociales al encargarse de la distribución de bienes, con el fin de garantizar la equidad social.                  | <b>Sociedad igualitaria:</b> La riqueza es distribuida de manera igualitaria entre los ciudadanos para que no recaiga en manos de una minoría. Se pretende desintegrar las clases sociales.       | <b>Abolición de la propiedad privada:</b> Restringen los derechos de los individuos en cuanto a la posesión, control y disposición de sus propios bienes.  |
| <b>Democracia representativa:</b> La sociedad toma la decisión para que un grupo pequeño de personas gobiernen.  | <b>Derechos laborales:</b> Implica todos los derechos que tienen los individuos como trabajadores (sindicatos, seguridad y salud laboral, jornada de ocho horas, pago de horas extras, etc).      | <b>Rechazo del libre mercado:</b> No existe la competencia dado que el Estado es el único emprendedor y quien controla los precios.  |
| <b>Separación de poderes:</b> Se divide el poder del Estado en tres grandes órganos: ejecutivo, legislativo y judicial. Cada institución es autónoma e independiente entre sí.                                     | <b>Derechos colectivos:</b> Se protegen los intereses colectivos por encima de los intereses individuales. El ciudadano debe subordinarse a las necesidades de la sociedad antes que a las suyas. | <b>Propiedad colectiva en los medios de producción:</b> Es la característica de una economía socialista en la que los medios de producción y de distribución, son controlados y regulados por el Estado con el objetivo de una sociedad justa. |
| <b>Estado de derecho:</b> Todos los individuos están sujetos a las leyes, incluyendo los mismos legisladores y jueces que hacen cumplir la ley.  | <b>Servicios sociales:</b> El gobierno se encarga de los bienes sociales, con el fin de garantizar la equidad social.   | <b>Intervencionismo del Estado:</b> No existe la elección del consumidor, solo puede comprar lo que el Estado provee. Este tipo de intervención pretende evitar la explotación laboral y el monopolio del mercado.                             |
| <b>Igualdad jurídica:</b> Todos los individuos son tratados de igual manera ante la ley, sin ningún tipo de discriminación (raza, sexo, orientación sexual, género, origen nacional, color, etnia, religión, etc). |   | <b>Sustitución de un sistema capitalista por un sistema comunista:</b> Búsqueda de la total eliminación del sistema económico capitalista  |
| <b>Estado aconfesional:</b> Un Estado desvinculado de las entidades religiosas. Las creencias religiosas no influyen en el poder político.   |   |  |

| LIBERALISMO   |   |  |
|---|---|--|
| MODELO POLÍTICO   | MODELO SOCIAL   | MODELO ECONÓMICO   |
| <b>Federalismo:</b> El Estado central le confiere autonomía a las regiones en determinadas competencias exclusivas.   | <b>Libertad individual:</b> Cada individuo tiene la libertad de elegir de manera autónoma.  | <b>Gobierno limitado:</b> Se promueve un Estado que solo se encargue de proteger los derechos individuales, con intervención estatal limitada.   |
| <b>Democracia representativa:</b> La sociedad toma la decisión para que un grupo pequeño de personas gobiernen.   | <b>Seguridad de derechos y libertades:</b> El estado debe garantizar unos mínimos imprescindibles que garanticen la igualdad de los ciudadanos como así una seguridad social. | <b>Libre mercado:</b> Se mantiene las mínimas trabas estatales posibles en el comercio. El precio de los bienes es acordado por los compradores y vendedores, mediante la oferta y la demanda. |
| <b>Separación de poderes:</b> Se divide el poder del Estado en tres grandes órganos: ejecutivo, legislativo y judicial. Cada institución es autónoma e independiente entre sí.                                    | <b>Educación laica:</b> El sistema educativo se desvincula de creencias religiosas.   | <b>Apoyo propiedad privada:</b> El individuo tiene derecho a poseer, controlar y disponer de sus propios bienes, y este mismo es protegido por la ley.   |
| <b>Estado de derecho:</b> Todos los individuos están sujetos a las leyes, incluyendo los mismos legisladores y jueces que hacen cumplir la ley.   |   |  |
| <b>Igualdad jurídica:</b> Todos los individuos son tratados de igual manera ante la ley, sin ningún tipo de discriminación (raza, sexo, orientación sexual, género, origen, color, origen étnico, religión, etc). |   |  |
| <b>Estado aconfesional:</b> Un Estado desvinculado de las entidades religiosas. Las creencias religiosas no influyen en el poder político.  |   |  |
| <b>Globalización:</b> Interconexión entre las diferentes naciones del mundo en el plano económico, político, social y tecnológico.  |   |  |

## ANEXO 2: TABLA DE LOS DIRIGENTES POLÍTICOS SEGÚN EL ESPECTRO POLÍTICO ESCOGIDO

| IZQUIERDA EXTREMA       |
|-------------------------|
| Salvador Allende        |
| Hugo Chávez             |
| Fidel Castro            |
| Xi Jinping              |
| Karl Marx               |
| Vladimir Lenin          |
| Iósif Stalin            |
| Ché Guevara             |
| Kim Jong-il             |
| Kim Jong-un             |
| Nelson Mandela          |
| Mao Zedong              |
| Bacunin                 |
| Engles                  |
| Pol Pot                 |
| Pedro Castillo Terrones |
| Enver Halil Hoxha       |

| IZQUIERDA                      |
|--------------------------------|
| Henri de Saint-Simon           |
| Evo Morales                    |
| Cristina Fernández de Kirchner |
| Mario Suarez                   |
| Justin Trudeau                 |
| José Mujica                    |
| Abraham Lincoln                |
| John F. Kennedy                |
| Michelle Bachelet              |
| Jacina Ardern                  |
| Sonia Gandhi                   |
| Mustafá Kemal Atatürk          |
| Yasir Arafat                   |
| León Trotsky                   |
| Alexis Tsipras                 |
| Filipe Nyus                    |
| Katrín Jakobsdóttir            |
| Luis Inácio Lula Da Silva      |
| Rafael Correa Delgado          |
| Jeremy Corbyn                  |
| Pedro Sánchez                  |
| Johanna Sigurdardóttir         |



## DERECHA

|                      |
|----------------------|
| John Locke           |
| Immanuel Kant        |
| Adam Smith           |
| Montesquieu          |
| Thomas Jefferson     |
| Edmund Burke         |
| Boris Johnson        |
| Felipe González      |
| Adolfo Suárez        |
| Silvio Berlusconi    |
| Arturo Umberto Illia |
| Barack Obama         |
| Papa Francisco       |
| Winston Churchill    |
| Angela Merkel        |
| Vladimir Putin       |
| Mijaíl Gorbachov     |
| David Cameron        |
| Nicolás Maquiavelo   |
| Álvaro Uribe         |
| Pervez Musharraf     |
| Nicolas Sarkozy      |
| Vicente Fox Quesada  |
| Elías Antonio Sacas  |
| Aristóteles          |
| George W. Bush       |
| Mauricio Makri       |
| Gordon Brown         |
| Edgar Lungu          |
| Emmanuel Makron      |
| Margaret Thatcher    |

## DERECHA EXTREMA

|                           |
|---------------------------|
| Ronald Reagan             |
| Dwightn D. Eisenhower     |
| José María Aznar          |
| Adolf Hitler              |
| Francisco Franco          |
| Benito Mussolini          |
| August Pinochet           |
| Donald Trump              |
| Mahatma Gandhi            |
| Julio César               |
| Napoleón Bonaparte        |
| Sadam Husein              |
| Muamar el Gadafi          |
| Juan Domingo Perón        |
| Marine Le Pen             |
| Jeune Marin Le Pen        |
| Carrer Blanco             |
| José Moscardó             |
| Miñan Astray              |
| Muhammadu Buhari          |
| Rodrigo Duterte           |
| Juan Carlos (I) de España |
| Jeanine Añez Chávez       |
| Alberto Fujimori          |
| Jair Bolsonaro            |
| Benjamin Netanyahu        |
| Recep Tayyip Erdogan      |

## ANEXO 3: BOCETOS DIGITALES DE LOS DIFERENTES EJEMPLOS DE TURNO Y MAQUETA DE LAS REGLAS

### 1 COMIENZO:

Dinero/Eventos



Edificios



Ministros



Políticas/Presidentes



FMI: Fondo monetario Internacional



Moneda



Edificio



Contadores

2 JUGAR TURNO:

Dinero/Eventos



Edificios



Ministros



Políticas/Presidentes



FMI: Fondo monetario Internacional



en un turno se puede:

- Coger carta de mazo:
  - +2 cartas de moneda
  - +1 carta de edificio
  - +1 carta de ministro
  - +1 carta de presidente/política
- Bajar carta:
  - edificio, ministro o presidente
- Usar políticas

Moneda



Edificio



+

se coge +2 cartas de moneda



Contadores

## 2 JUGAR TURNO:

Dinero/Eventos



Edificios



Ministros



Políticas/Presidentes



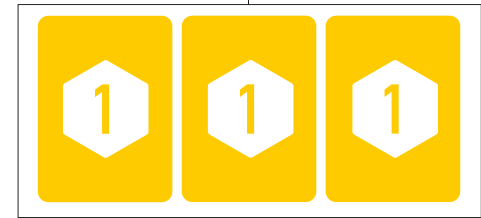
FMI: Fondo monetario Internacional



Edificio



se decide bajar edificio de hospital que suma +3 recursos en salud



el dinero utilizado para bajar el edificio se va al FMI

SIN CARTAS EN MANO



Contadores

### 3 TURNO CON EVENTO:

Dinero/Eventos



Edificios



Ministros



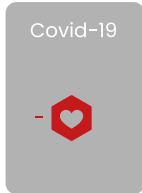
Políticas/Presidentes



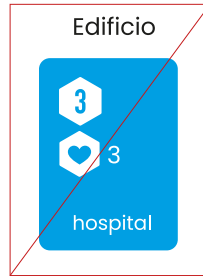
FMI: Fondo monetario Internacional



evento



Pandemia mundial, todos los jugadores pierden un edificio de salud. En caso de tener más de uno, se pierde el mayor



cartas en juego (bajadas)

Moneda



Moneda



Moneda



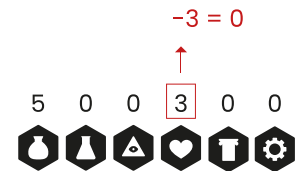
Edificio



Edificio



cartas en mano



Contadores

### 3 TURNO CON EVENTO:

Dinero/Eventos



Edificios



Ministros



Políticas/Presidentes

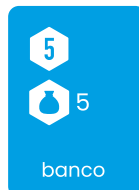


FMI: Fondo monetario Internacional



cartas en juego (bajadas)

Edificio



Edificio

mazo de descartar personal



cartas en mano

Moneda



Moneda



Moneda



Edificio



Edificio



Contadores

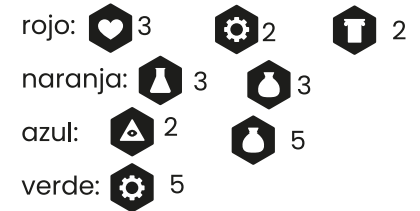
## MINISTROS Y PRESIDENTES:

### Ministros



- Pertenecen a ideologías concretas
- Las bajas si posees los recursos necesarios

Ejemplo:



- Cuando se tiene un número determinado de ministros de x color se puede bajar presidente (dependiendo del presidente)

### Presidente



- Máximo representante de una ideología
- Las bajas si posees los ministros requeridos por x presidente
- Es necesario para cantar gobierno

- Para cantar gobierno se debe tener los 5 ministros + el presidente

### 4 TURNO CON MINISTRO:

Dinero/Eventos



Edificios



Ministros



Políticas/Presidentes



FMI: Fondo monetario Internacional



coge una carta de ministro

cartas en juego (bajadas)



Edificio



Edificio



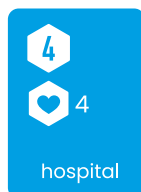
Edificio



Edificio



Edificio



Ministro



Ministro



Ministro



Ministro



Moneda



Moneda



Moneda



Edificio



y baja una carta de edificio

cartas en mano





4 TURNO CON MINISTRO:

Dinero/Eventos



Edificios



Ministros



Políticas/Presidentes



FMI: Fondo monetario Internacional



Edificio



Edificio



Edificio



Edificio



Edificio



Edificio



Ministro



Ministro



Ministro



Ministro



Moneda



Moneda



Ministro



cartas en mano

se paga al fondo monetario y se suman los puntos del edificio de museo en los recursos de cultura



### 4 TURNO CON MINISTRO:

Dinero/Eventos



Edificios



Ministros



Políticas/Presidentes



FMI: Fondo monetario Internacional



Edificio



Edificio



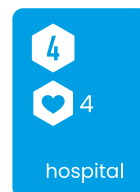
Edificio



Edificio



Edificio



Edificio



Ministro



Ministro



Ministro



Ministro



Moneda



Moneda



Moneda



Moneda



Ministro



cartas en mano

se decide coger 2 cartas de monedas y se baja el ministro entregando las cartas de monedas al FMI



### 4 TURNO CON MINISTRO:

Dinero/Eventos



Edificios



Ministros



Políticas/Presidentes



FMI: Fondo monetario Internacional



Edificio



Edificio



Edificio



Edificio



Edificio



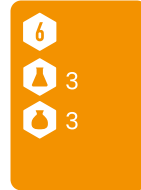
Edificio



Ministro



Ministro



Ministro



Ministro



Ministro



Moneda



cartas en mano



## 5 ROBAR POLÍTICA:

Dinero/Eventos



Edificios



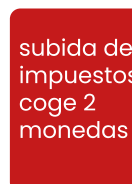
Ministros



Políticas/Presidentes



Política



FMI: Fondo monetario Internacional



Edificio



Edificio



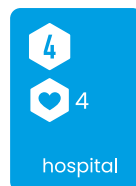
Edificio



Edificio



Edificio



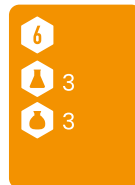
Edificio



Ministro



Ministro



Ministro



Ministro



Ministro



Se decide coger una carta del mazo de políticas/ presidentes color roja. Si la carta no esta de primera se busca en el mazo y se saca la primera naranja que se encuentre

Moneda



cartas en mano



# 5 ROBAR POLÍTICA:

Dinero/Eventos



Edificios



Ministros



Políticas/Presidentes



FMI: Fondo monetario Internacional



Edificio



Edificio



Edificio



Edificio



Edificio



Edificio



Ministro



Ministro



Ministro



Ministro



Ministro



Moneda



Moneda



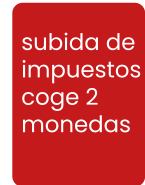
Moneda



cartas en mano

Se utiliza la política de subida de impuestos y se cogen dos cartas de moneda

Política



mazo de descarte



## 6 TURNO CON PRESIDENTE:

Dinero/Eventos



Edificios



Ministros



Políticas/Presidentes



Presidente



FMI: Fondo monetario Internacional



Edificio



Edificio



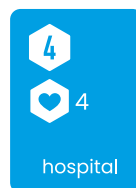
Edificio



Edificio



Edificio



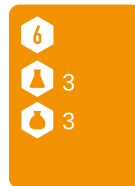
Edificio



Ministro



Ministro



Ministro



Ministro

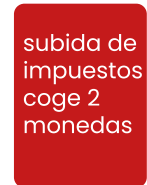


Ministro



Se coge una carta del mazo de Políticas/presidente color naranja

Política



Moneda



Moneda



Moneda



cartas en mano



6 TURNO CON PRESIDENTE:

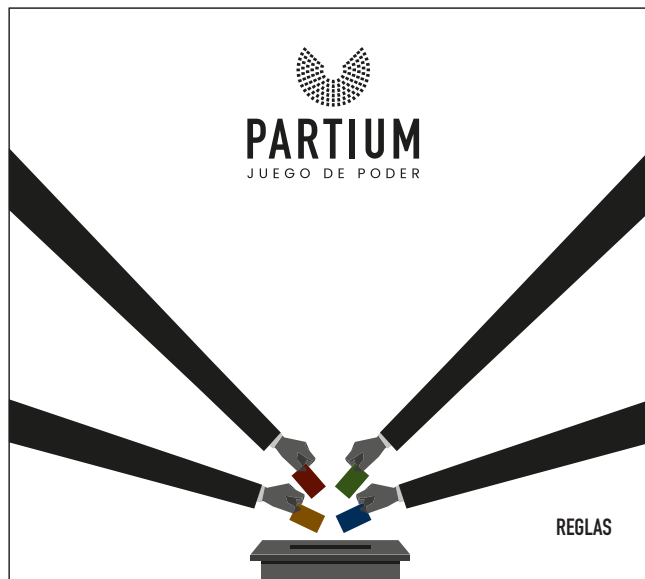
|                |           |           |                       |                                    |            |
|----------------|-----------|-----------|-----------------------|------------------------------------|------------|
| Dinero/Eventos | Edificios | Ministros | Políticas/Presidentes | FMI: Fondo monetario Internacional |            |
|                |           |           |                       |                                    |            |
| Edificio       | Edificio  | Edificio  | Edificio              | Edificio                           | Edificio   |
|                |           |           |                       |                                    |            |
| Ministro       | Ministro  | Ministro  | Ministro              | Ministro                           | Presidente |
|                |           |           |                       |                                    |            |

Se baja al presidente, se paga al FMI y se canta gobierno: FORMO GOBIERNO SOCIALDEMOCRATA

SIN CARTAS EN MANO



## DISEÑO DE LAS REGLAS:



## CONTENIDO



90 cartas de edificios



72 cartas de ministros



12 cartas de presidentes



40 cartas de políticas



90 cartas de dinero



20 cartas de eventos

## INTRODUCCIÓN

*Construye con los líderes de la historia política tu propio partido, escoge a tus ministros siguiendo una ideología, forma un gobierno y enfréntate al caos político tomando decisiones y dominando a tus oponentes.*

Cada jugador tendrá que construir edificios que le proporcionen recursos para ir adquiriendo ministros que le ayuden a crear un partido político con una ideología, se podrá cantar y formar gobierno cuando consigas a tu presidente. La partida termina cuando un jugador logre completar su partido político (6 ministros + 1 presidente) y cante gobierno. En ese momento el jugador con más puntos de poder político gana la partida.

2

## PREPARACIÓN DE LA PARTIDA

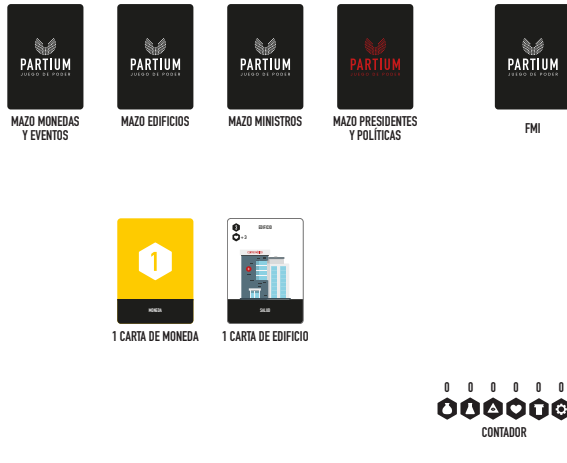
Se dividirán 4 mazos de cartas: el mazo de dinero y eventos, el de edificios, el de ministros y el de presidentes y políticas. Se barajan cada mazo por separado y se administra a cada jugador 1 carta de moneda y 1 carta de edificio. El jugador con menor edad inicia la partida y los turnos continúan siguiendo las agujas del reloj.

**Fondo Internacional Monetario (FMI):** Es el banco al cual se le paga por bajar las diferentes cartas en el juego: edificio, ministro o presidente. Este mazo se prepara con 12 cartas del mismo mazo de monedas (4 cartas de 1, 4 cartas de 2 y 4 cartas de 3). El FMI sirve también para realizar cambio de carta. Ejemplo: Si pagas 4 monedas para bajar un edificio y solo tienes una carta de 3 de moneda y una de 2, pagas al FMI y el te regresa el restante, es decir una carta de 1 moneda. Aparte se prepara un mazo de 12 cartas de monedas. Si el mazo de monedas/eventos se acaba se vuelve a sustituir por las cartas acumuladas en el banco.

4

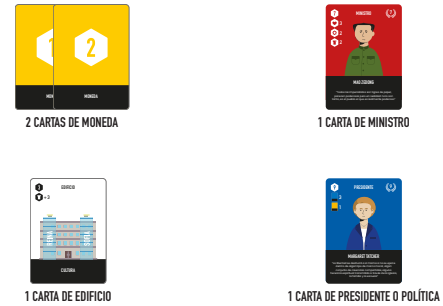


## PREPARACIÓN DE LA PARTIDA

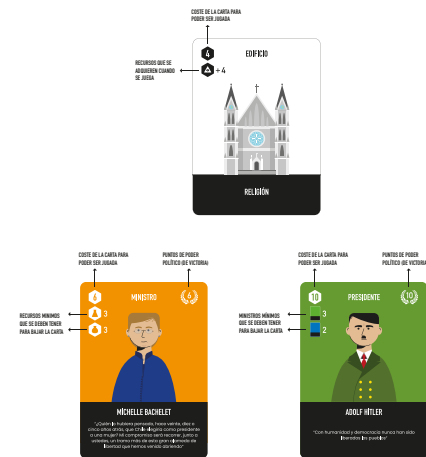


## DESARROLLO DEL JUEGO

Cada turno te permite adquirir: dos cartas de moneda o una carta de cualquiera de los otros 3 mazos: edificios, ministros, presidentes y políticas. En cada turno solo está permitido construir un edificio o bajar un ministro o presidente, las cartas de eventos y políticas se permiten usar dentro de cada turno sin limitaciones.

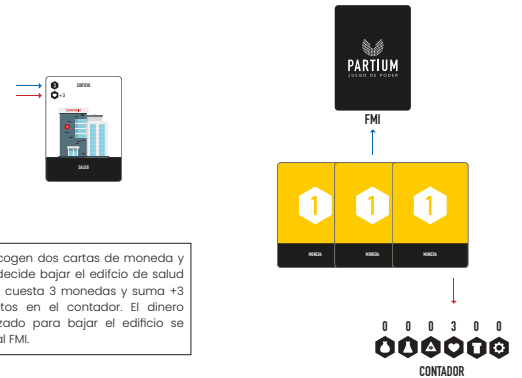


## ANATOMÍA DE LAS CARTAS



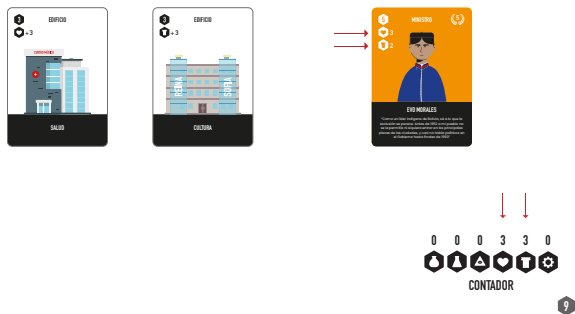
## RECURSOS Y CONTADORES

Existen 6 tipos de recursos: dinero, salud, religión, ciencia, cultura, producción y religión. Estos se obtienen al bajar los diferentes edificios y se va sumando en el contador del juego los puntos obtenidos en cada tipo de recurso.



## SELECCIÓN DE MINISTROS

Para poder bajar estas cartas es necesario alcanzar los recursos mínimos que indique cada ministro. A lo largo de la partida solo se permite tener un ministro dentro de un mismo ministerio y es necesario completar todos los ministerios para formar gobierno.



9

## IDEOLOGÍAS

- Izquierda extrema se identifica con el color rojo
- Izquierda se identifica con el color naranja
- Derecha se identifica con el color azul
- Derecha extrema se identifica con el color verde



10

## SELECCIÓN DE PRESIDENTES Y POLÍTICAS

El mazo de cartas de presidentes y políticas tienen una forma diferente de selección. Este mazo está identificado en el reverso de las cartas con los 4 colores ideológicos. Dependiendo de la ideología de los ministros que se bajen podrás acceder a estas cartas. Por ejemplo: has bajado un ministro de derecha, el cual es de color azul, esto te permite coger cartas del mazo de presidentes/políticas solo azules. Si se tiene un ministro de derecha y un ministro de izquierda y se coge carta de este mazo, se puede coger tanto azules como rojas, manteniendo el hecho de que sólo se coge una carta por turno, es decir, en un turno se puede adquirir una azul y en el siguiente turno se puede adquirir una roja.



11

## CANTAR GOBIERNO

Se divide el espectro político en 4 partes: izquierda extrema, izquierda, derecha y derecha extrema.

Se agrupan dentro del espectro las diferentes ideologías de la siguiente manera: en la izquierda extrema se encuentran el comunismo y socialismo como partidos que promueven mediante métodos autoritarios una igualdad social y económica, la izquierda moderada o centro izquierda, establecida con el socialismo democrático y el socioliberalismo, ideologías que buscan a través de libertades democráticas el bien común de los ciudadanos tanto en lo económico como en lo social. Por otro lado, la derecha moderada o centro derecha se encuentran el conservadurismo laico, el conservadurismo liberal y el liberalismo, que a través de la democracia apuestan por una libertad económica y social independiente del Estado, y una derecha extrema, con el conservadurismo y el fascismo, como corrientes que sostienen la división de clases, la superioridad racial y los discursos religiosos (comúnmente cristianos), los cuales funcionan a través de métodos autoritarios, oprimiendo las libertades democráticas. En la fig.8 se muestra una referencia de las políticas que defienden cada ideología.

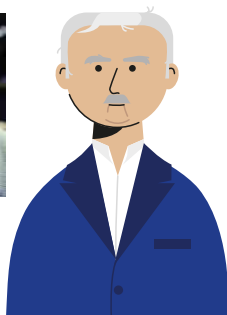
Para poder cantar gobierno es necesario contar con los 6 ministros más el presidente. Dependiendo de la cantidad de ministros que se tengan por grupo del espectro se canta gobierno siguiendo las ideologías nombradas anteriormente.

12

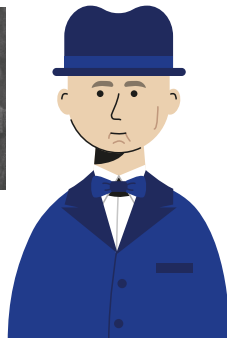


## ANEXO 4: ILUSTRACIONES REALIZADAS DE LOS DIFERENTES PERSONAJES POLITICOS, EDIFICIOS, ICONOS

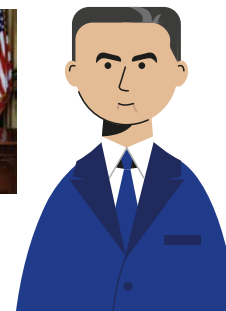
### ILUSTRACIONES DE ALGUNOS PERSONAJES



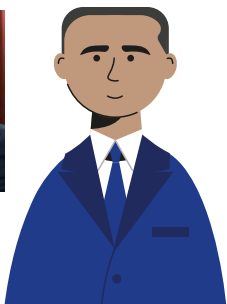
JOSÉ MUJICA



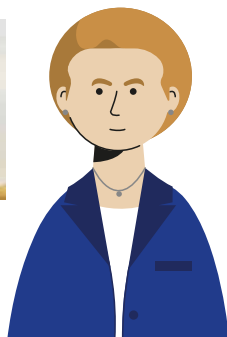
WINSTON CHURCHILL



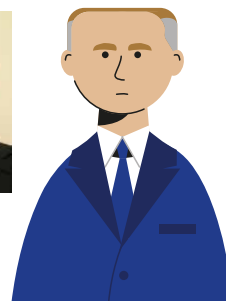
RONALD REAGAN



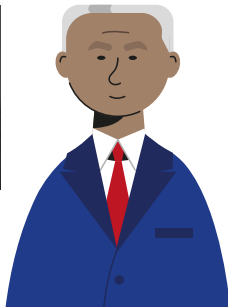
BARACK OBAMA



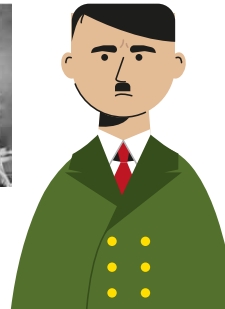
MARGARET TATCHER



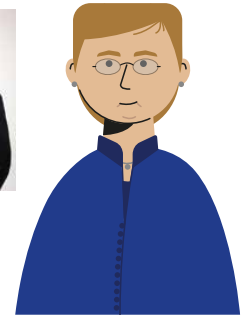
VLADIMIR PUTIN



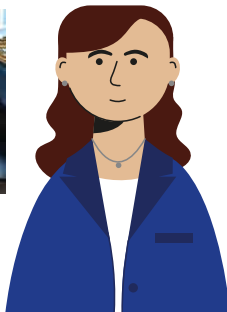
NELSON MANDELA



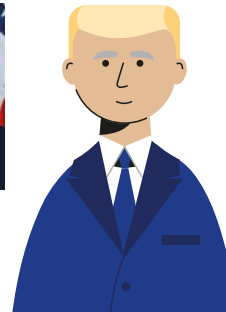
ADOLF HITLER



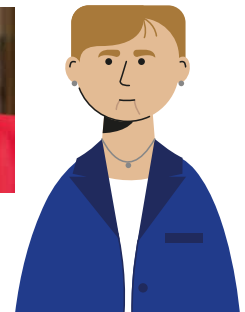
MICHELLE BACHELET



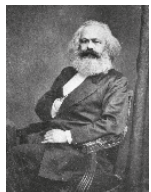
CRISTINA FERNÁNDEZ DE KIRCHNER



DONALD TRUMP



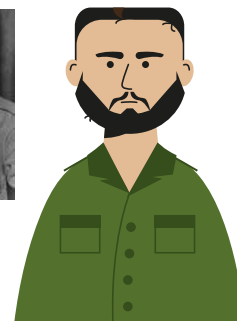
ANGELA MERKEL



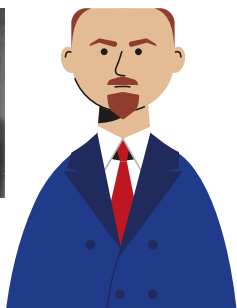
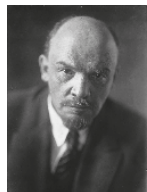
KARL MARX



CHÉ GUEVARA



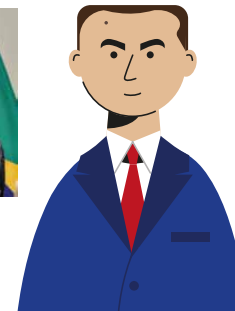
FIDEL CASTRO



VLADIMIR LENIN



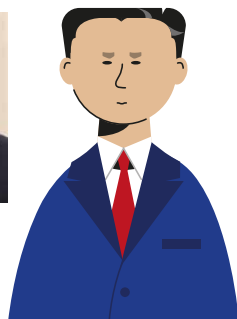
MAO ZEDONG



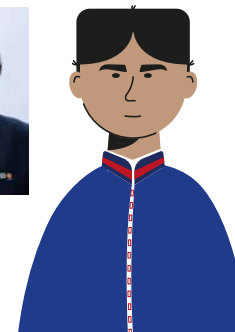
HUGO CHÁVEZ



VLADIMIR LENIN

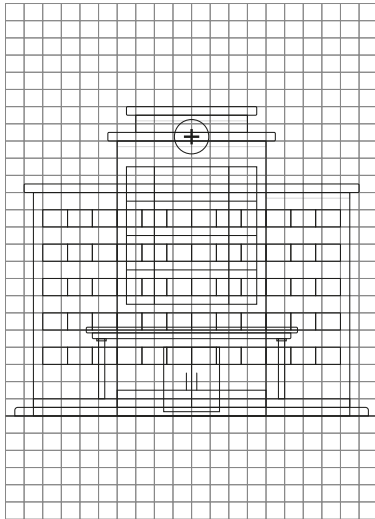


XI JINPING

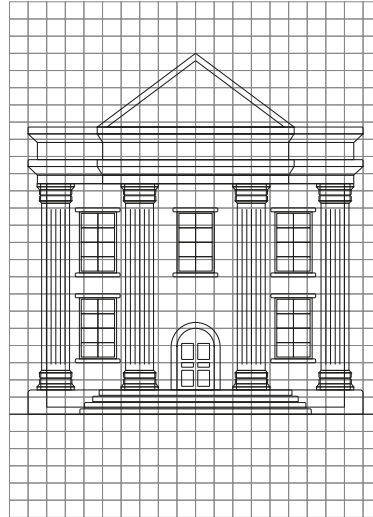


EVO MORALES

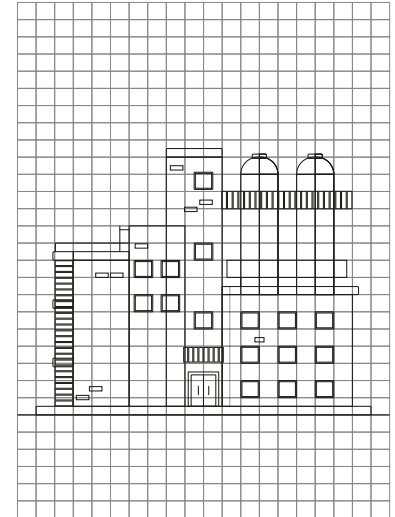
# ILUSTRACIONES DE ALGUNOS EDIFICIOS



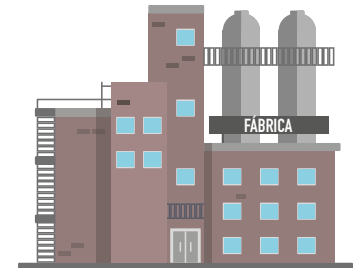
HOSPITAL

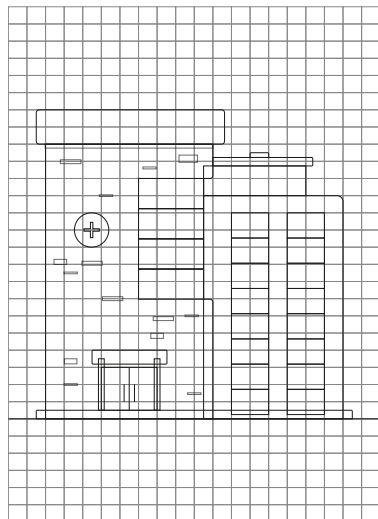


BANCO

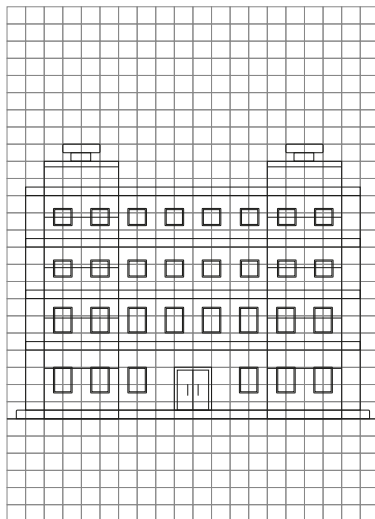
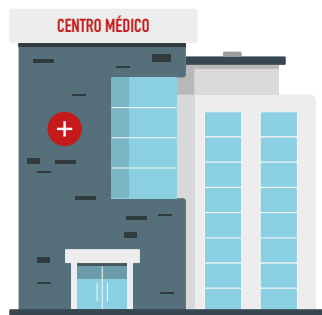


FÁBRICA

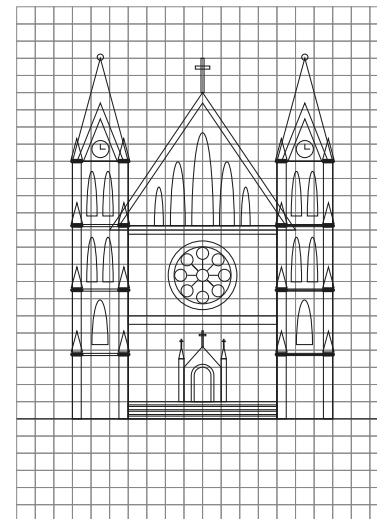
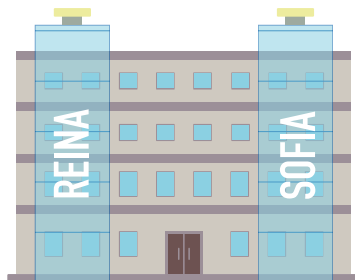




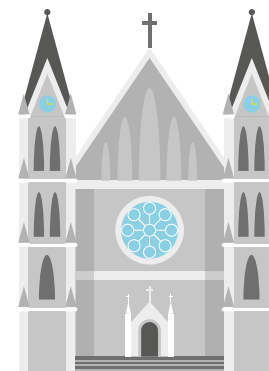
**CENTRO MÉDICO**



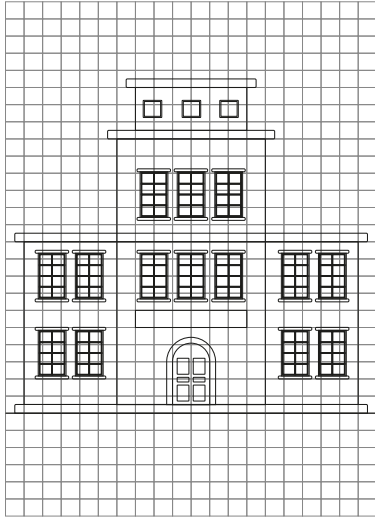
**MUSEO**



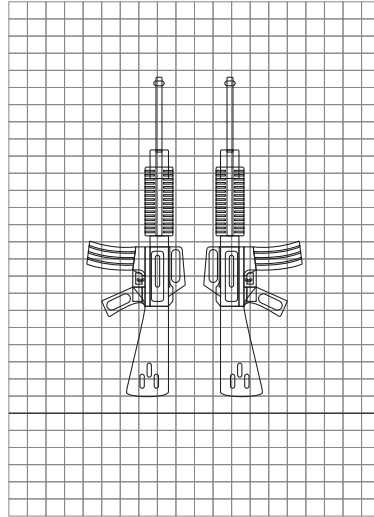
**IGLESIA**



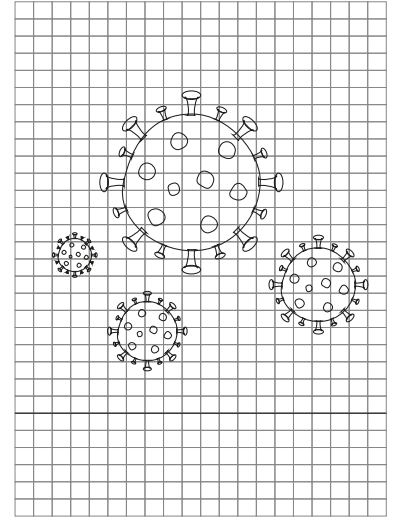




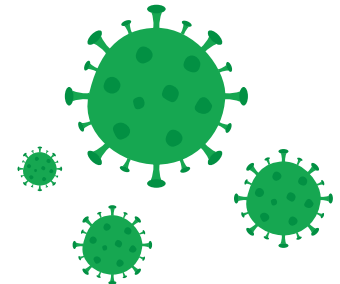
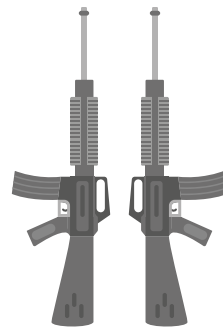
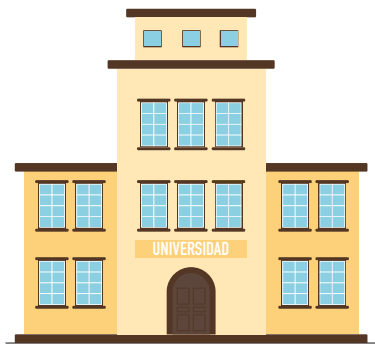
UNIVERSIDAD



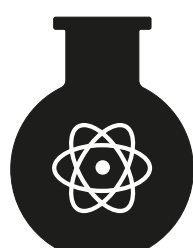
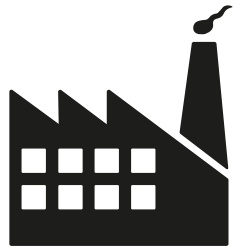
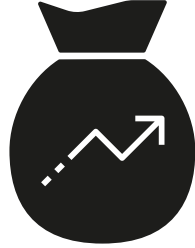
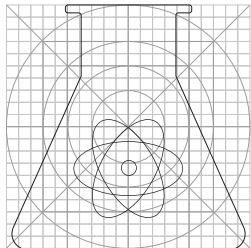
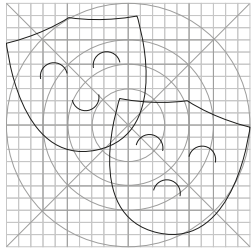
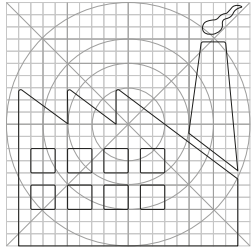
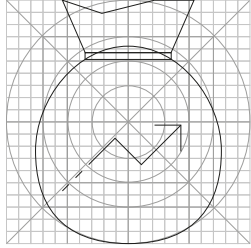
TERCERA GUERRA MUNDIAL



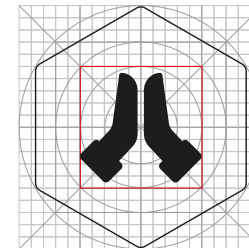
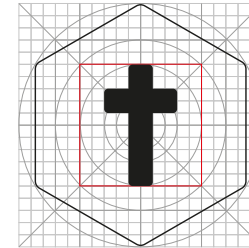
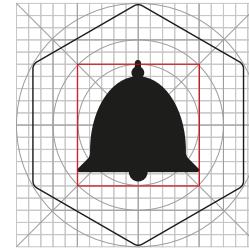
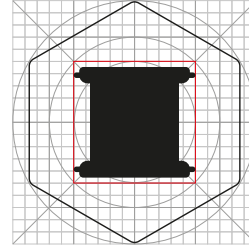
PANDEMIA



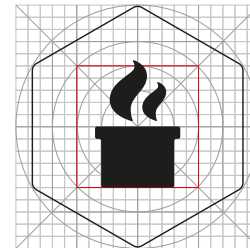
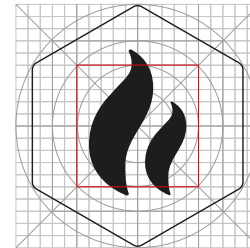
## PROPUESTAS DESCARTADAS DE LOS ICONOS



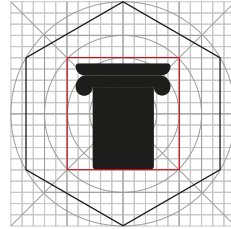
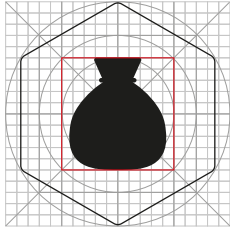
### RELIGIÓN



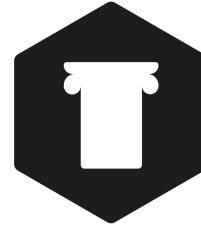
### PRODUCCIÓN



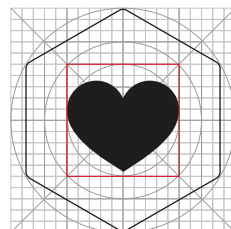
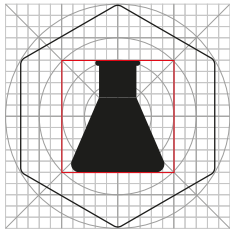
# PROPUESTAS DEFINITIVAS DE LOS ICONOS Y SÍMBOLOS



DINERO



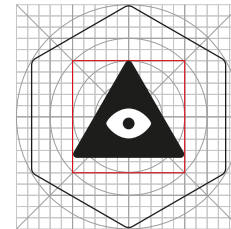
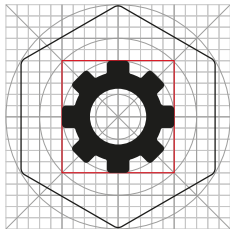
CULTURA



CIENCIA



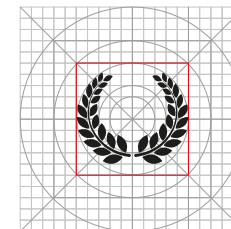
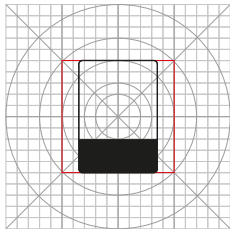
SALUD



PRODUCCIÓN



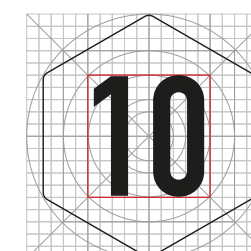
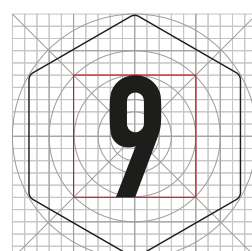
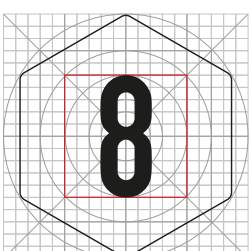
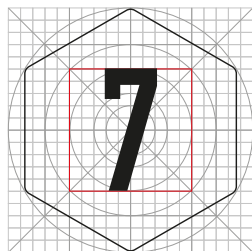
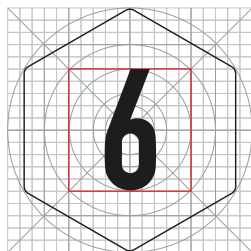
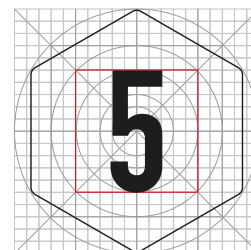
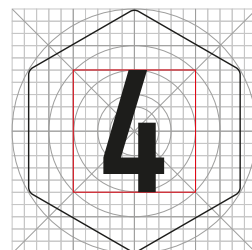
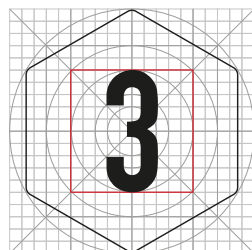
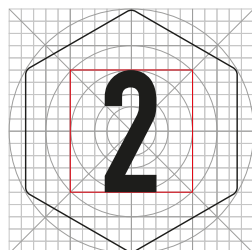
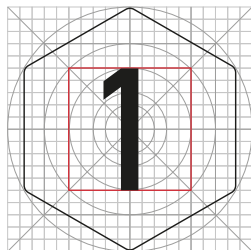
RELIGIÓN



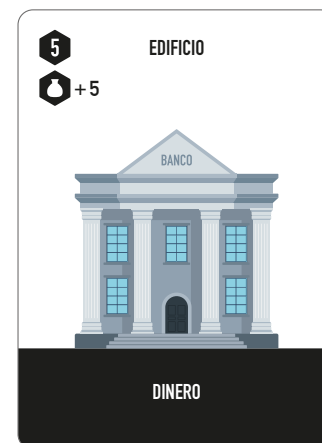
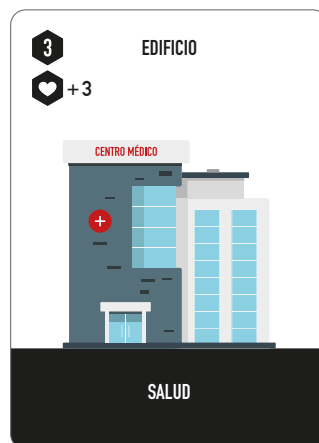
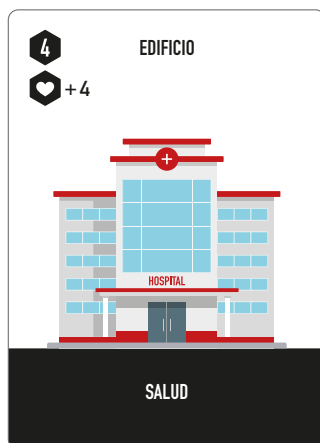
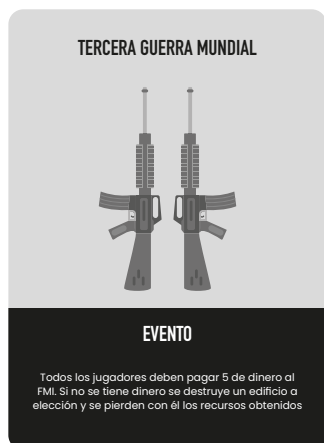
SÍMBOLO PARA CARTA DE PRESIDENTE

SÍMBOLO PODER POLÍTICO

## NÚMEROS PARA CARTA DE MONEDAS Y PARA SÍMBOLO DE COSTE



# ANEXO 5: PROTOTIPO FINAL DE LAS DIFERENTES CARTAS REALIZADAS



4 EDIFICIO  
+4

RELIGIÓN

3 EDIFICIO  
+3

CIENCIA

5 EDIFICIO  
+5

PRODUCCIÓN

3 EDIFICIO  
+3

CULTURA

3 EDIFICIO  
+3

CULTURA

7 MINISTRO

MAO ZEDONG

"Todos los imperialistas son tigres de papel, parecen poderosos pero en realidad no lo son tanto, es el pueblo el que es realmente poderoso"

5 MINISTRO

EVO MORALES

"Como un líder indígena de Bolivia, sé a lo que la exclusión se parece. Antes de 1952 a mi pueblo no se le permitía ni siquiera entrar en las principales plazas de las ciudades, y casi no había políticos en el Gobierno hasta finales de 1990"

6 MINISTRO

MICHELLE BACHELET

"¿Quién lo hubiera pensado, hace veinte, diez o cinco años atrás, que Chile elegiría como presidente a una mujer? Mi compromiso será recorrer, junto a ustedes, un tramo más de esta gran alameda de libertad que hemos venido abriendo"

**7** **MINISTRO** **7**

2  
5



**VLADIMIR PUTIN**

"Cualquiera que no se arrepienta del fallecimiento de la Unión Soviética no tiene corazón. Cualquiera que quiera restaurarlo no tiene cerebro"

**5** **MINISTRO** **5**

5



**RONALD REAGAN**

"¿Cómo describes a un comunista? Es alguien que lee a Marx y Lenin. ¿Y cómo describes a un anticomunista? Es alguien que entiende a Marx y Lenin"

**9** **PRESIDENTE** **9**

3  
1



**IÓSIF STALIN**

"Los líderes vienen y van, pero el pueblo permanece. Sólo el pueblo es inmortal; todo lo demás es efímero"

**8** **PRESIDENTE** **8**

2  
1



**JOSÉ MUJICA**

"¿Qué es lo que le llama la atención al mundo? ¿Qué vivo con poca cosa, una casa simple, que ando en un auto viejo, esas son las novedades? Entonces este mundo está loco porque le sorprende lo normal"

**9** **PRESIDENTE** **9**

3  
1



**MARGARET TATCHER**

"La libertad se destruirá a sí misma si no se ejerce dentro de algún tipo de marco moral, algún conjunto de creencias compartidas, alguna herencia espiritual transmitida a través de la Iglesia, la familia y la escuela"

**10** **PRESIDENTE** **10**

3  
2



**ADOLF HITLER**

"Con humanidad y democracia nunca han sido liberados los pueblos"

**AUMENTO DEL GASTO PÚBLICO**

El Estado invierte dinero en el Ministerio de Sanidad. Aumenta tu contador de salud +5 y paga 3 de moneda al FMI

+5  
-3

**POLÍTICA**

**SUBIDA DE IMPUESTOS**

El estado aumenta los impuestos un 20%, roba 2 cartas de moneda.

**POLÍTICA**

**PRIVATIZACIÓN**

El Estado pone empresas públicas en manos privadas. Se disminuyen tus contadores de salud y ciencia y adquieres +5 de moneda

+3  
+3  
+5

**POLÍTICA**

**CENSURA**

Se prohíben los distintos pensamientos ideológicos. Cada oponente destruye un ministro rojo, naranja o azul o paga 5 de moneda al que juegue esta política

**POLÍTICA**



**PARTIUM**  
JUEGO DE PODER



**PARTIUM**  
JUEGO DE PODER



**PARTIUM**  
JUEGO DE PODER



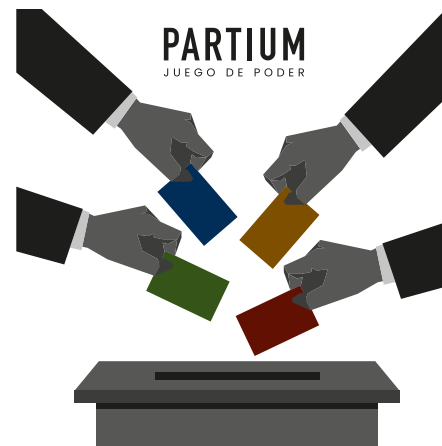
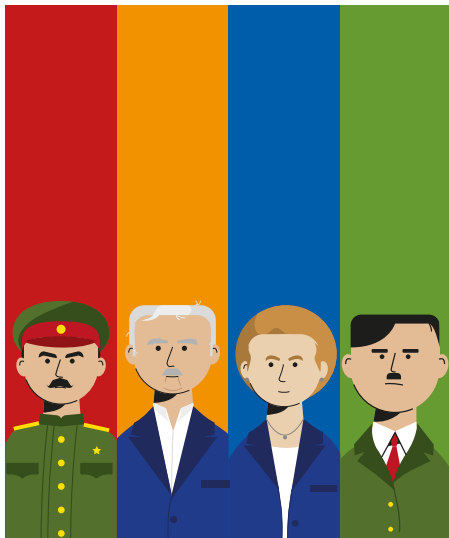
**PARTIUM**  
JUEGO DE PODER



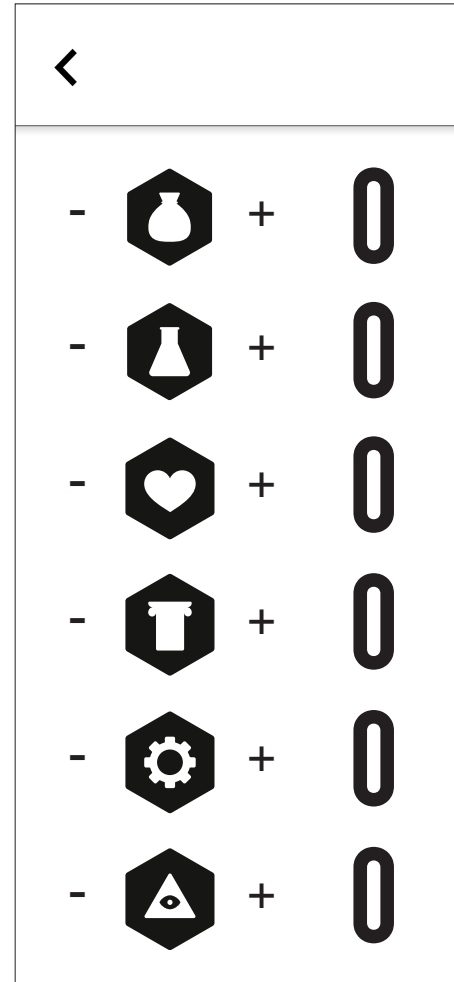
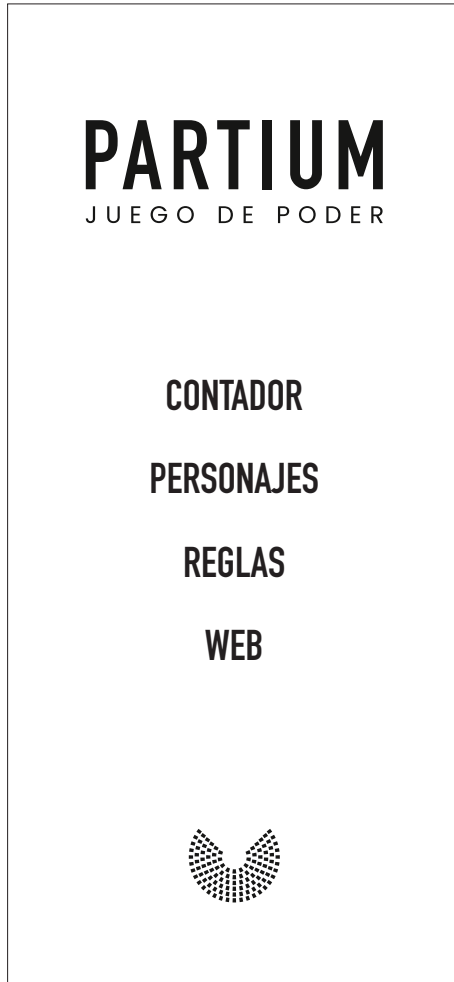
**PARTIUM**  
JUEGO DE PODER

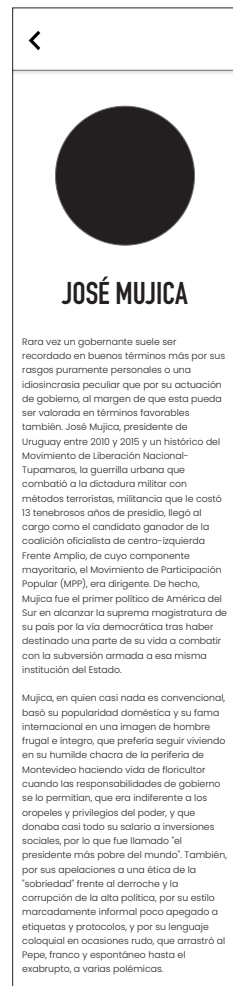
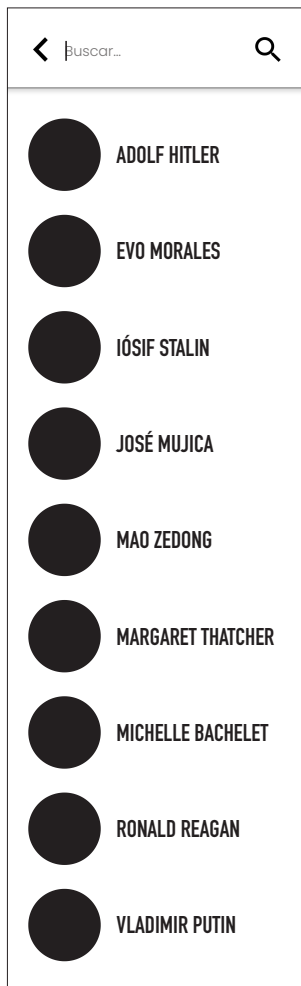
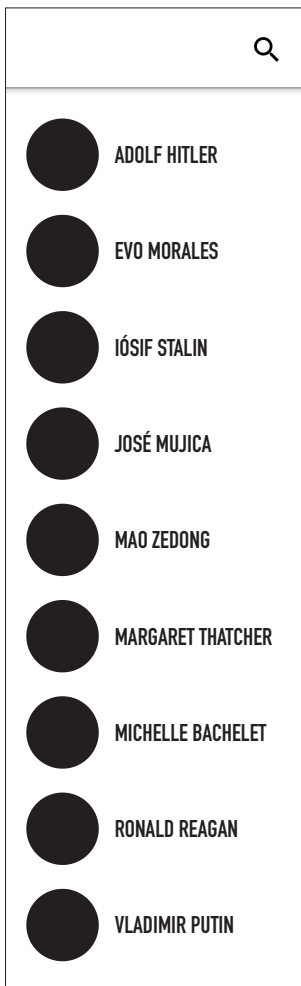


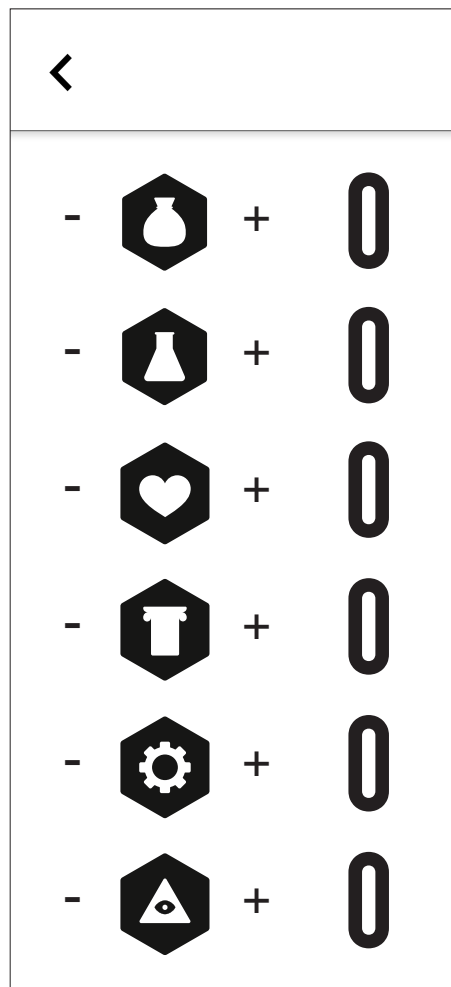
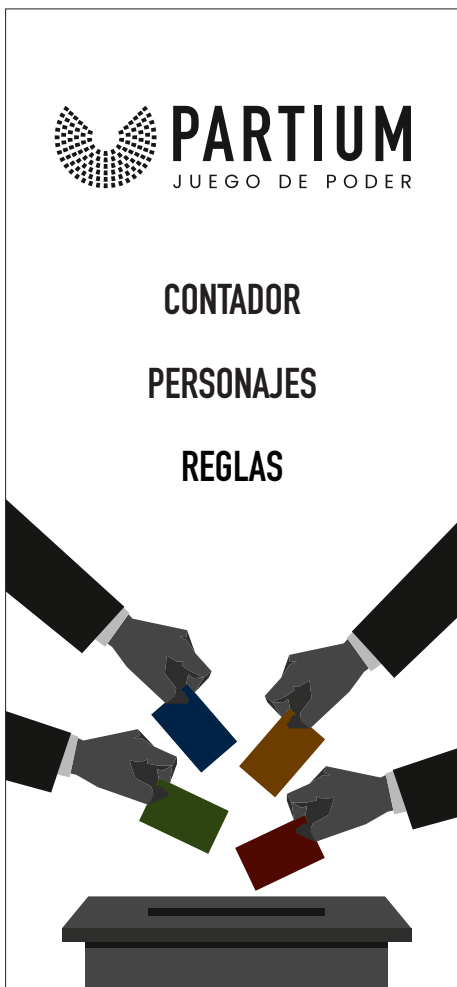
## ANEXO 6: PROPUESTAS REALIZADAS PARA LA ILUSTRACIÓN DEL PACKAGING DEL PACKAGING

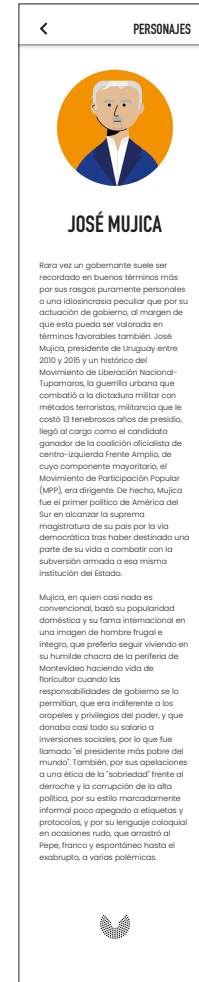
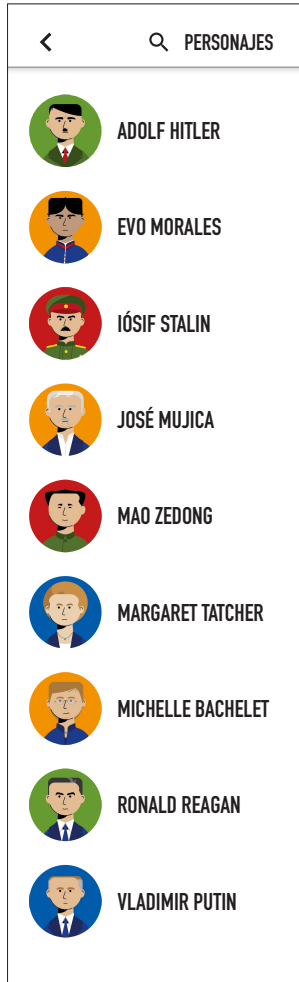


## ANEXO 7: WIREFRAMES E INTERFACE DE LA APLICACIÓN









# ANEXO 8: MAPAS GRÁFICOS DE LOS CONCEPTOS A TRANSMITIR EN LA IVC

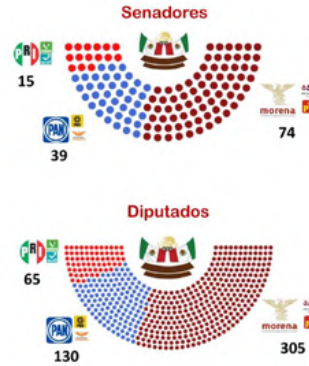
partido



grupo



elecciones



presidente  
vestimenta



ideas



ideología



diálogo



poder



congreso



**Reparto de asientos en el Congreso de los Diputados**  
XIV Legislatura

- PSOE    ● ERC    ● G. plural
- PP      ● PNV    ● G. mixto
- Vox     ● Bildu
- UP
- Cs

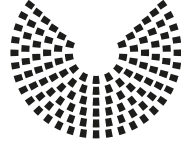


Fuente: Congreso de los Diputados

ABC

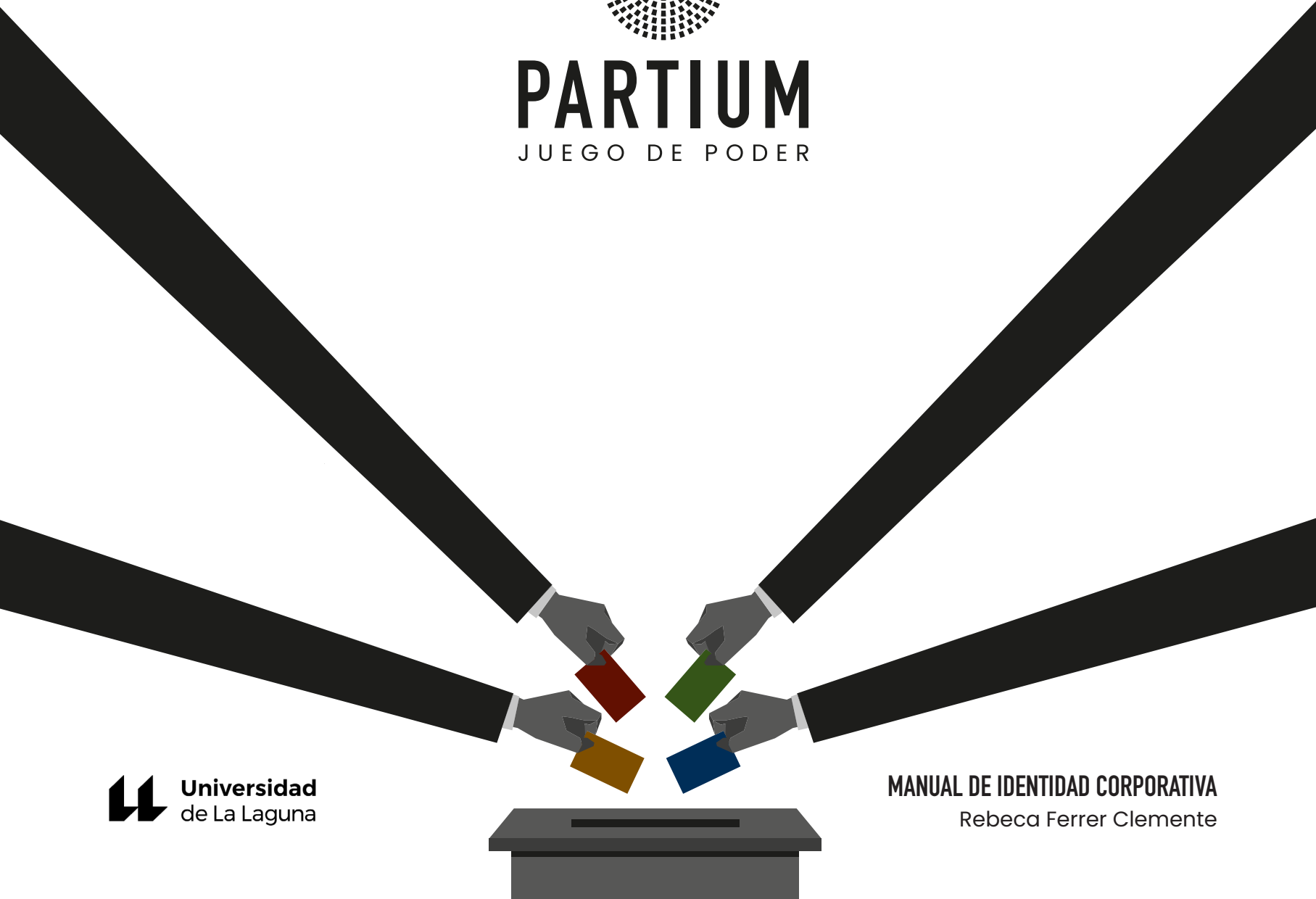




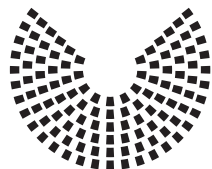


# PARTIUM

JUEGO DE PODER







**PARTIUM**

JUEGO DE PODER



**Autora**

Rebeca Emperatriz Ferrer Clemente

**Tutora**

Dra. Soheila Pirasteh Karimzadeh Tabrizi

**Facultad de Bellas Artes**

**Grado en Diseño**

**Universidad de la Laguna**

**Promoción 2017 - 2021**

**Curso Académico 2020 - 2021**

Reservados todos los derechos. No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión por cualquier forma o cualquier medio sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright.

La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual

© 2021, PARTIUM



**Universidad**  
de La Laguna



Este manual recoge las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la identidad visual de *Partium*. Las personas que comuniquen y apliquen la marca en sus diferentes ámbitos deberán cumplir de manera obligada el uso de las normas establecidas.

Con el correcto y consistente uso de la marca se conseguirá la uniformidad visual gráfica y se contribuirá con los objetivos de identificación de la marca.





*Partium* es creado con la intención de fomentar mediante el diseño estrategias didácticas que aporten conocimiento real de la política. A través de la experiencia de juego las personas tendrán un aprendizaje significativo de los diferentes líderes políticos, como se forma un partido y las diferentes formas de gobierno e ideologías.



## **NAMING**

*Partium* es una palabra traducida al latín que significa “partido político”, un significado que representa y conecta con el producto dada la funcionalidad del juego: formar un partido político.

*Partium* es un nombre sencillo de pronunciar y fácil de recordar perdurando en el tiempo gracias a la simplicidad de la palabra y a la carga conceptual que aporta al propio juego.



# ÍNDICE

## 01/ INTRODUCCIÓN

15

Elementos básicos  
La marca  
Tipografías  
Colores

17  
18  
19  
20

## 02/ CONSTRUCCIÓN Y NORMAS

21

Construcción del isotipo  
Construcción del logotipo  
Construcción del tagline  
Construcción del imagotipo  
Configuraciones  
Área de protección  
Tamaño mínimo de reducción  
Convivencia con otras marcas  
Versiones  
Usos cromáticos  
Usos incorrectos

23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33

## 02/ PAPELERÍA

Primera opción papel de carta  
Segunda opción papel de carta  
Sobre americano sin ventanilla  
Sobre americano con ventanilla  
Carpeta  
Factura  
Tarjeta de visita

35

37  
38  
39  
40  
41  
42  
43

## 03/ DISEÑO DEL PRODUCTO

Packaging  
Cartas de juego  
Instrucciones/Reglas  
Aplicación móvil

45

46  
48  
52  
53

## 04/ APLICACIONES

57

# 01/ INTRODUCCIÓN

Una organización no solo proyecta su imagen, sino que también la hace propia de ella y de todos sus integrantes, por eso es tan importante buscar un modo de comunicación único y eficaz. El estilo, la coherencia formal, la constancia en las comunicaciones de una compañía definen, en último término, su personalidad, desarrollando de esta forma criterios que marcan la diferencia en una identidad corporativa. El objetivo de este manual es poder concederle a Partium una distinción simple, única y reconocible como juego de mesa, ampliando las distintas aplicaciones que pueda tener de acuerdo a los soportes que se presenten.





## ELEMENTOS BÁSICOS

Cuando se crea una identidad visual, es necesario cuidar su uso, tanto la marca como el color y la tipografía constituyen los componentes principales que se establecerán en las distintas aplicaciones. Cada una de estas partes potencian la marca y respaldan los conceptos que se pretenden transmitir.



### MARCA

DIN CONDENSED  
 ABCDEFGHAIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 1234567890

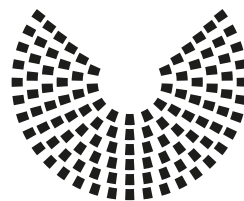
### TIPOGRAFÍA



### COLOR

## LA MARCA

La identidad mostrada es un imagotipo que comunica y realza los valores y conceptos de la marca. Se logra una composición armónica y balanceada de acuerdo a la jerarquía de los elementos que la constituyen: isotipo, logotipo y tagline, este último de tipo evocativo para realzar las características del producto.



**PARTIUM**  
JUEGO DE PODER

## TIPOGRAFÍAS

Se utiliza la familia tipográfica DIN Condensed como tipografía principal. Se propone para títulos o subtítulos, pero no se recomienda para textos corporativos, ya que es una tipografía muy pesada para la lectura.

La familia tipográfica Poppins se utiliza como tipografía complementaria. Se sugiere para texto corporativo ya que proporciona legibilidad y claridad, dando un aire moderno y dinámico. Se usará en textos, anuncios, folletos, catálogos, datos informativos en papelería, etc.

Pp

**DIN CONDENSED**

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
 1234567890

Pp

Poppins

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
 1234567890

## COLORES

La paleta de colores es un elemento fundamental e identificador para la marca. Se designa el negro como color corporativo y como colores secundarios el rojo, el naranja, azul y el verde, utilizados en el producto.

Se recomienda reproducir los colores corporativos de la manera más exacta posible, tanto en sus versiones en tinta plana (Pantone), como en la impresión en cuatricomía (CMYK). Los equivalentes en RGB se deberán utilizar para aplicaciones en pantalla y los hexagecimales para plicaciones web.



**PANTONE P PROCESS BLACK C**  
C:0 M:0 Y:0 K:100  
R:29 G:29 B:27  
#1D1D1B



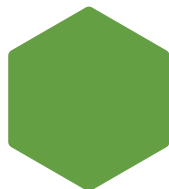
**PANTONE P 53-8 C**  
C:20 M:100 Y:100 K:0  
R:197 G:26 B:27  
#C51A1B



**PANTONE P 20-8 C**  
C:0 M:50 Y:100 K:0  
R:243 G:146 B:0  
#1D1D1B



**PANTONE P 106-16 C**  
C:100 M:60 Y:0 K:0  
R:0 G:92 B:169  
#005CA9



**PANTONE P 155-7 C**  
C:67 M:20 Y:100 K:0  
R:102 G:155 B:49  
#669B31

# 02/ CONSTRUCCIÓN Y NORMAS

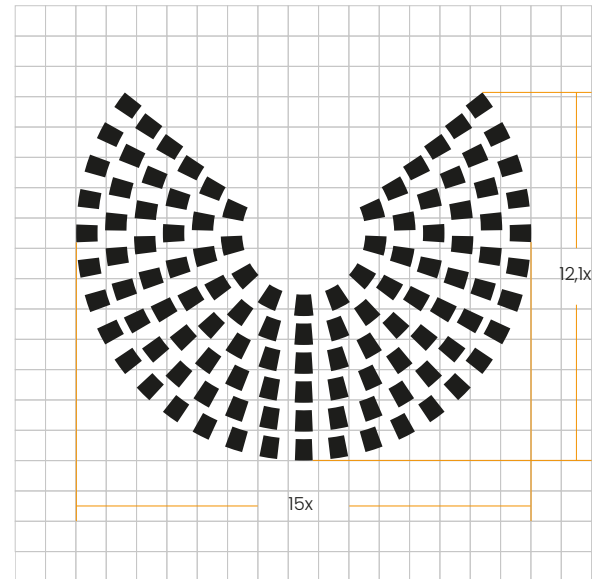
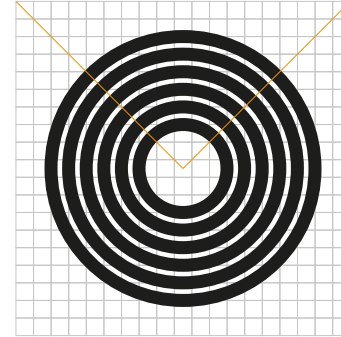
A continuación, se describen las normas de configuraciones y versiones que deben ser respetadas a la hora de plasmar la marca. Es necesario tener en cuenta los usos permitidos para el correcto funcionamiento de la marca gráfica Partium.



## CONSTRUCCIÓN DEL ISOTIPO

El isotipo creado representa una abstracción de la forma del congreso, un concepto que se entrelaza con el espacio donde se desarrolla la comunicación, el pacto y diálogo entre los políticos de las diferentes ideologías para definir acuerdos que beneficien el bien de la sociedad. Su construcción se trabaja mediante líneas de 15pts a modo de circunferencia, se extrae la parte superior con las diagonales de 45° y se segmentan las líneas restantes.

El valor "X" establece la unidad de medida siendo un cuadro de la rejilla base utilizada, así se asegura la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

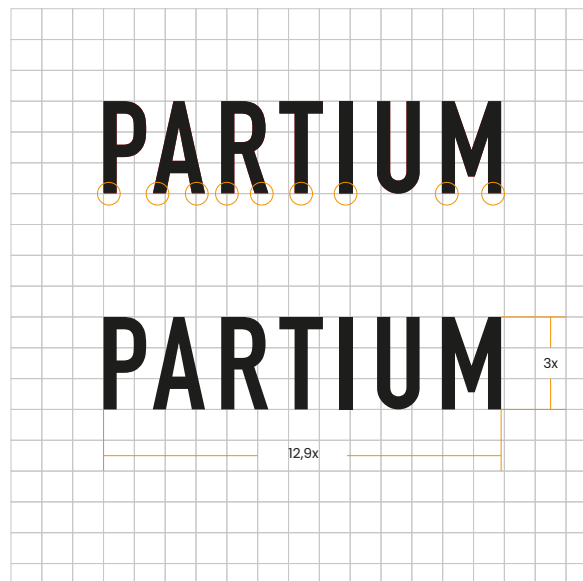


## CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO

Se utiliza la tipografía DIN Condensed para la construcción del logotipo y se realizan los respectivos ajustes de un tracking y kerning para una mayor legibilidad de la marca. Luego se ajusta la tipografía mediante la rejilla base. Por último se realizan los ajustes manuales necesarios para la correcta visualización y armonía del logotipo.

El valor "X" establece la unidad de medida siendo un cuadro de la rejilla base utilizada, así se asegura la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

**PARTIUM**

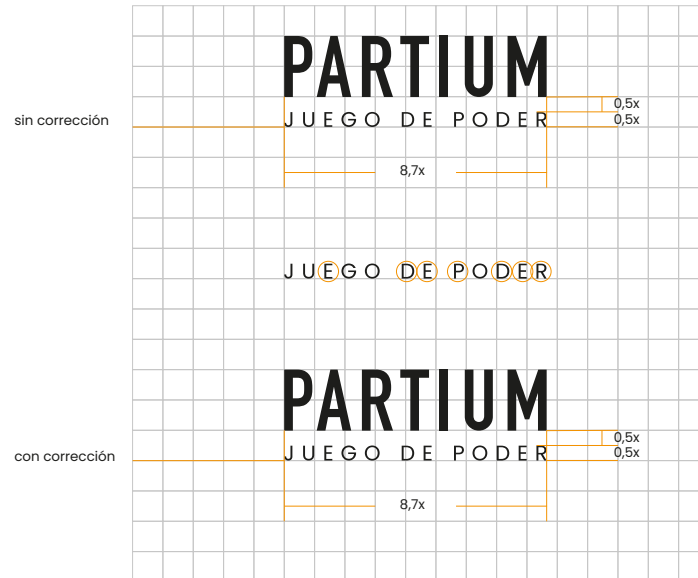




## CONSTRUCCIÓN DEL TAGLINE

Como tagline se decide la frase: juego de poder. Se trabaja con la tipografía Poppins en su versión Regular y se ajusta el tracking a la proporción del logotipo, concretando una correcta composición entre ambos elementos. Por último se realizan los ajustes manuales necesarios para obtener la simetría y armonía del tagline.

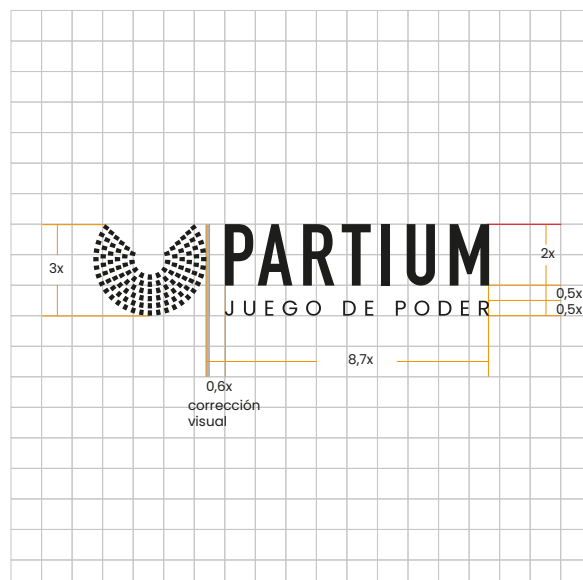
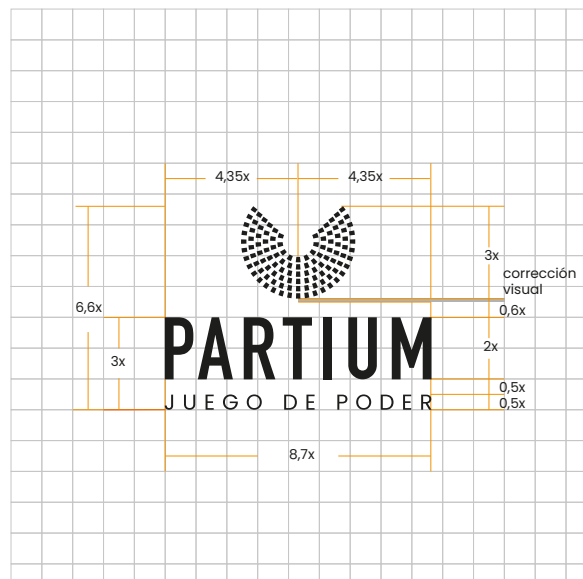
El valor "X" establece la unidad de medida siendo un cuadro de la rejilla base utilizada, así se asegura la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.



## CONSTRUCCIÓN DEL IMAGOTIPO

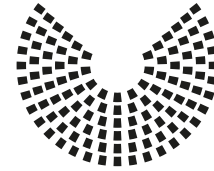
Se trabaja el conjunto visual identificador y se crea una composición que conecte el isotipo, el logotipo y el tagline. Además se realizan las correcciones visuales necesarias para la armonía y simetría de la identidad. Se construye tanto la versión vertical como la versión en horizontal del imagotipo.

El valor "X" establece la unidad de medida siendo un cuadro de la rejilla base utilizada, así se asegura la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

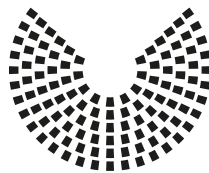


## CONFIGURACIONES

Se dispone tanto la versión en vertical como la versión horizontal del imagotipo. Como propuesta principal se presenta la versión en vertical y de esta no poder ser aplicada se presenta la opción en horizontal, ampliando los modos de aplicación dependiendo su conveniencia. Cualquier alteración de estos elementos no se asociará con la imagen visual *Partium*.



**PARTIUM**  
JUEGO DE PODER



**PARTIUM**  
JUEGO DE PODER

## ÁREA DE PROTECCIÓN

Se establece un área de protección en torno al conjunto visual identificador. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.

La construcción del área de respeto queda determinada por la medida de la letra "M" proporcionada en el logotipo. Siempre que sea posible, es preferible respetar este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes).



Méridas en  
milímetros.

## TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

Se establece un tamaño mínimo de reproducción tanto para impresión offset y serigráfica, como para pantalla web.

Los tamaños proporcionales irán estipulados de acuerdo al soporte que se utilice, de esta forma se presentan los tamaños mínimos de las distintas aplicaciones sugerentes, haciendo que la marca sea legible y quede bien representada.



OFFSET

SERIGRAFÍA

WEB

## CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS

La convivencia con otras marcas seguirá una jerarquía de importancia según el organismo a representar. El orden será indicado de izquierda a derecha, siendo la última (la marca que se sitúe a la derecha), la que tomé más relevancia. En caso de de precisar una disposición vertical, se tomará el mismo criterio, y la jerarquía será de arriba hacia abajo, siendo la última (la marca que se sitúe abajo) la de más relevancia. Además se emplea una unidad de separación mínima aconsejada basada en el área de reserva para una correcta identificación.



## VERSIONES

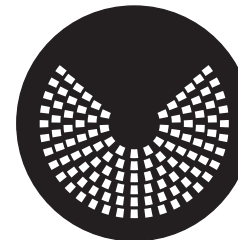
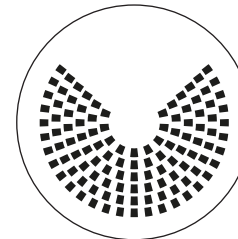
Siempre que se pueda se aplicará la marca en sus fondos principales, en fondo blanco con la marca positiva y en fondo negro con la marca en negativo. Para las redes sociales se hará uso solo del isotipo en su versión positiva y negativa.

**Color:** Se utilizarán los cuatro colores secundarios (rojo, naranja, azul y verde) en fondo negro para la correcta ejecución del producto.

Se excluye la versión en escala de grises y monocromo ya que la identidad visual no presenta medios tonos, evadiendo problemas de reproducción como serigrafía, tampografías, etc.



PRINCIPAL



REDES SOCIALES



PRODUCTO

## USOS CROMÁTICOS

Además de los colores de fondos principales se añaden otras posibilidades que también son válidas para su uso, utilizando la versión en negativo y los colores secundarios.

Si la marca ha de aplicarse sobre fondos fotográficos, se usará la versión en negativo de la identidad. También se pueden formar bitonos fotográficos con los mismos colores corporativos.



FONDOS CORPORATIVOS

FONDOS FOTOGRÁFICOS



## USOS INCORRECTOS

Ante todo se tiene que mantener la estética establecida para la marca, no se permite cualquier uso que no respete las normas de cohesión establecidas a lo largo de este manual. Se muestran a continuación diversos ejemplos de alteraciones erróneas que queda prohibido realizar.



EFECTOS



DEFORMACIONES



CAMBIOS TIPOGRÁFICOS



ALTERACIONES



BAJA CALIDAD



ROTACIÓN



MALA LEGIBILIDAD



OTROS COLORES



# 03/ PAPELERÍA

La papelería corporativa es una parte integral de la construcción de la marca y el crecimiento de la misma. Buscando ser coherentes en la comunicación de la identidad y sus diferentes soportes, se definen los parámetros de elementos de papelería y administración en los que puede verse envuelta la marca.



# PRIMERA OPCIÓN PAPEL CARTA

**Formato:** 210 x 297mm.

**Tintas:** 4/4.

**Impresión:** Offset.

1. DIN Condensed.  
Cuerpo 17pts.  
Interlineado 20pts.  
Alineado a la izquierda.
2. Poppins Medium.  
Cuerpo 9,5pts.  
Interlineado 12,5pts.  
Alineado a la izquierda.
3. Poppins Medium  
Cuerpo 8pts.  
Interlineado 11pts.  
Alineado a la izquierda.  
Transparencia: 70%.
4. Poppins Light.  
Cuerpo 9,5pts.  
Interlineado 12,5pts.  
Justificación a la izquierda.
5. Poppins Light.  
Cuerpo 8pts.  
Interlineado 11pts.  
Alineado a la izquierda.  
Transparencia: 70%.



Médcias en  
milímetros.

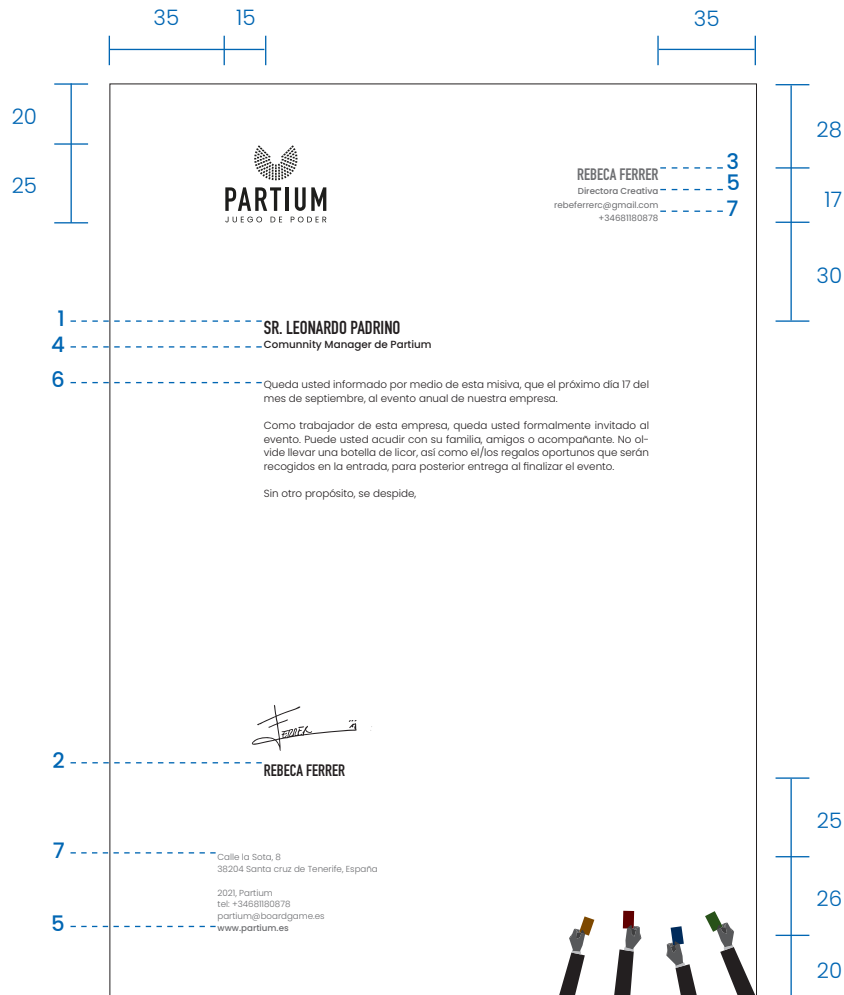
## SEGUNDA OPCIÓN PAPEL CARTA

**Formato:** 210 x 110mm.

**Tintas:** 4/4.

**Impresión:** Offset.

1. DIN Condensed.  
Cuerpo 17pts.  
Interlineado 20pts.  
Alineado a la izquierda.
2. DIN Condensed.  
Cuerpo 15pts.  
Interlineado 17pts.  
Alineado a la izquierda.
3. DIN Condensed.  
Cuerpo 15pts.  
Interlineado 17pts.  
Alineado a la derecha.  
Transparencia: 70%
4. Poppins Medium.  
Cuerpo 9,5pts.  
Interlineado 12,5pts.  
Alineado a la izquierda.
5. Poppins Medium  
Cuerpo 8pts.  
Interlineado 11pts.  
Alineado a la izquierda y derecha.  
Transparencia: 70%
6. Poppins Light.  
Cuerpo 9,5pts.  
Interlineado 12,5pts.  
Justificación a la izquierda.
7. Poppins Light.  
Cuerpo 8pts.  
Interlineado 11pts.  
Alineado a la izquierda y derecha.  
Transparencia: 70%.



Méridas en milímetros.

# SOBRE AMERICANO SIN VENTANILLA

**Formato:** 220 x 110mm.

**Tintas:** 4/4.

**Impresión:** Offset.

1. Poppins Light.  
Cuerpo 8pts.  
Interlíneado 11pts.  
Alineado a la izquierda.
2. Poppins Medium  
Cuerpo 8pts.  
Interlíneado 11pts.  
Alineado a la izquierda.



Méridas en  
milímetros.

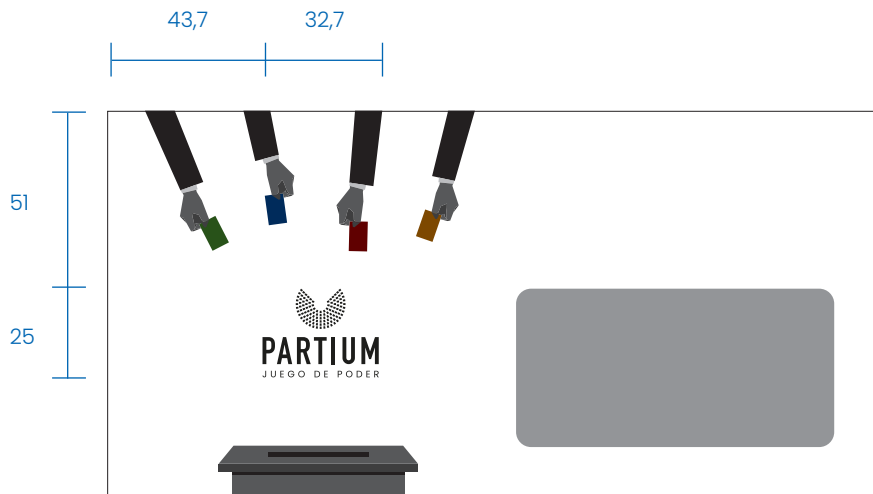
## SOBRE AMERICANO CON VENTANILLA

**Formato:** 220 x 110mm.

**Tintas:** 4/4.

**Impresión:** Offset.

1. Poppins Light.  
Cuerpo 8pts.  
Interlíneado 11pts.  
Alineado a la izquierda.
2. Poppins Medium  
Cuerpo 8pts.  
Interlíneado 11pts.  
Alineado a la izquierda.



Méridas en  
milímetros.



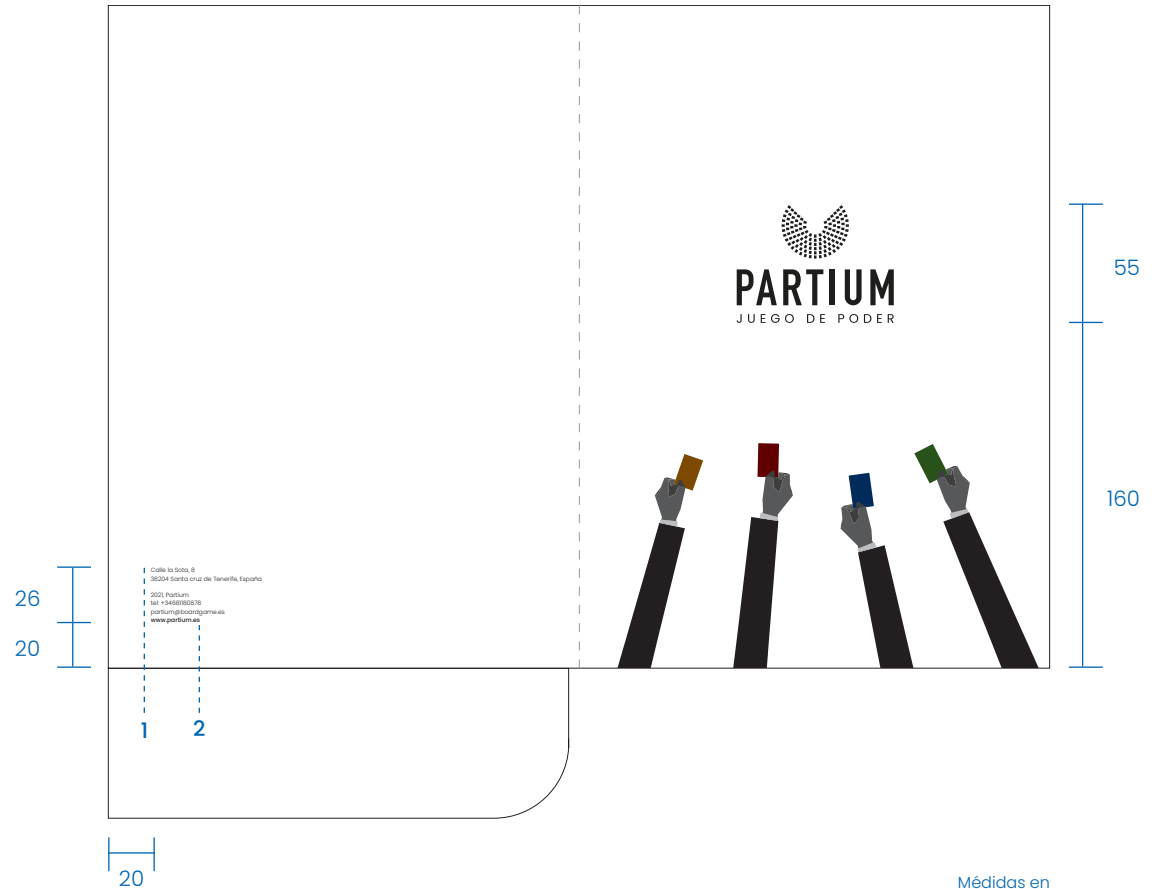
# CARPETA

**Formato:** 440 x 310mm.

**Tintas:** 4/4.

**Impresión:** Offset.

1. Poppins Light.  
Cuerpo 8pts.  
Interlíneado 11pts.  
Alineado a la izquierda.
2. Poppins Medium  
Cuerpo 8pts.  
Interlíneado 11pts.  
Alineado a la izquierda.





# TARJETA DE VISITA

**Formato:** 210 x 297mm.  
**Tintas:** 4/4.  
**Impresión:** Offset.

1. DIN Condensed.  
Cuerpo 15pts.  
Interlineado 18pts.  
Alineado a la izquierda.
2. Poppins Light.  
Cuerpo 9,5pts.  
Interlineado 12,5pts.  
Alineado a la izquierda.
3. Poppins Light.  
Cuerpo 8pts.  
Interlineado 11pts.  
Alineado a la izquierda.



Méridas en  
milímetros.



# 03/ DISEÑO DE PRODUCTO

En este apartado se especifican las dimensiones de cada producto y sus correctas aplicaciones con la marca, de esta forma se asegura una correcta convivencia y una coherencia con la identidad visual.

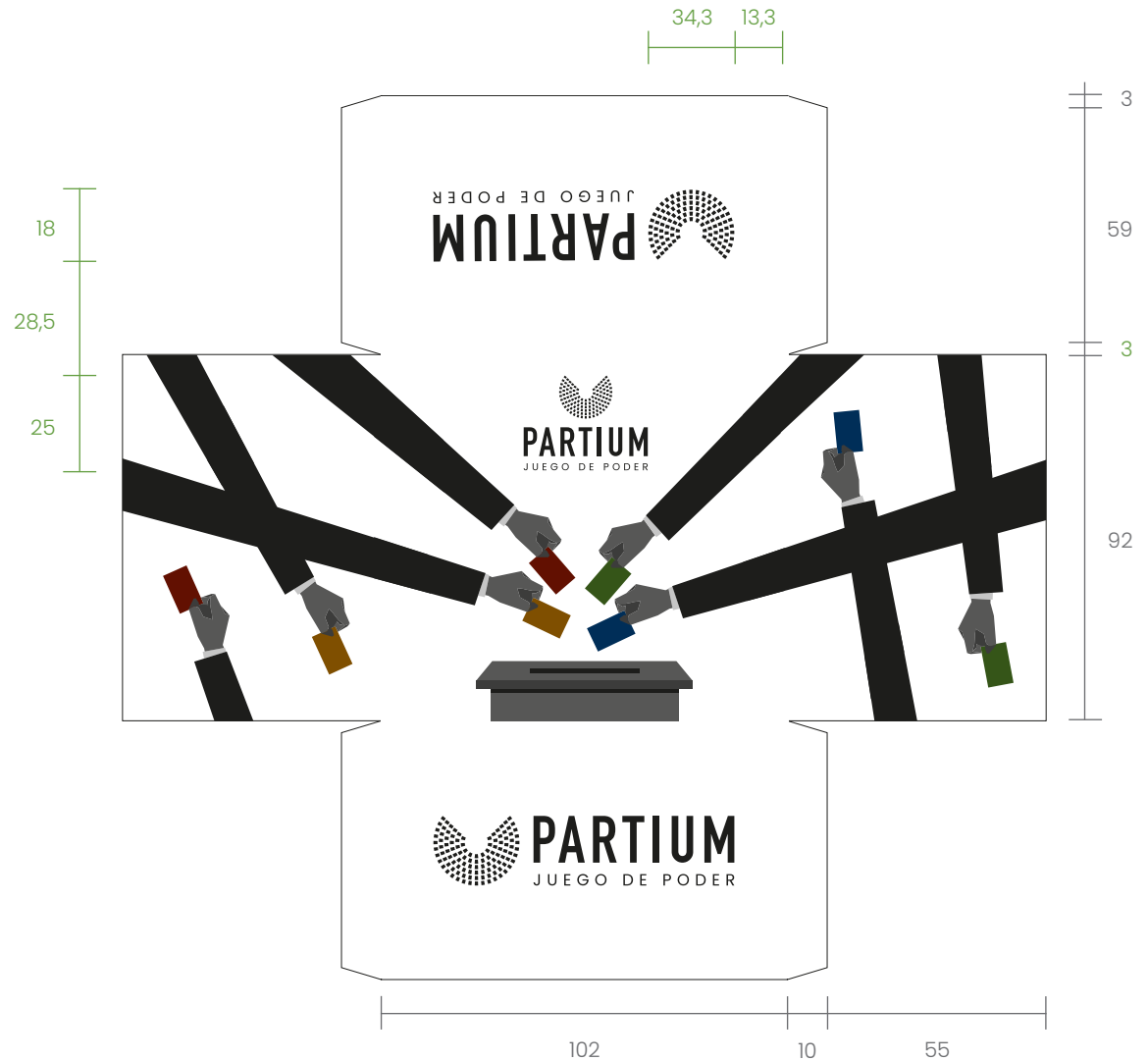
## PACKAGING

**Formato (tapa):** 102 x 92 x 55mm.

**Tintas:** 4/4.

**Impresión:** Offset.

**Material:** Carton prensado.



Médidas en milímetros.

# PACKAGING BASE

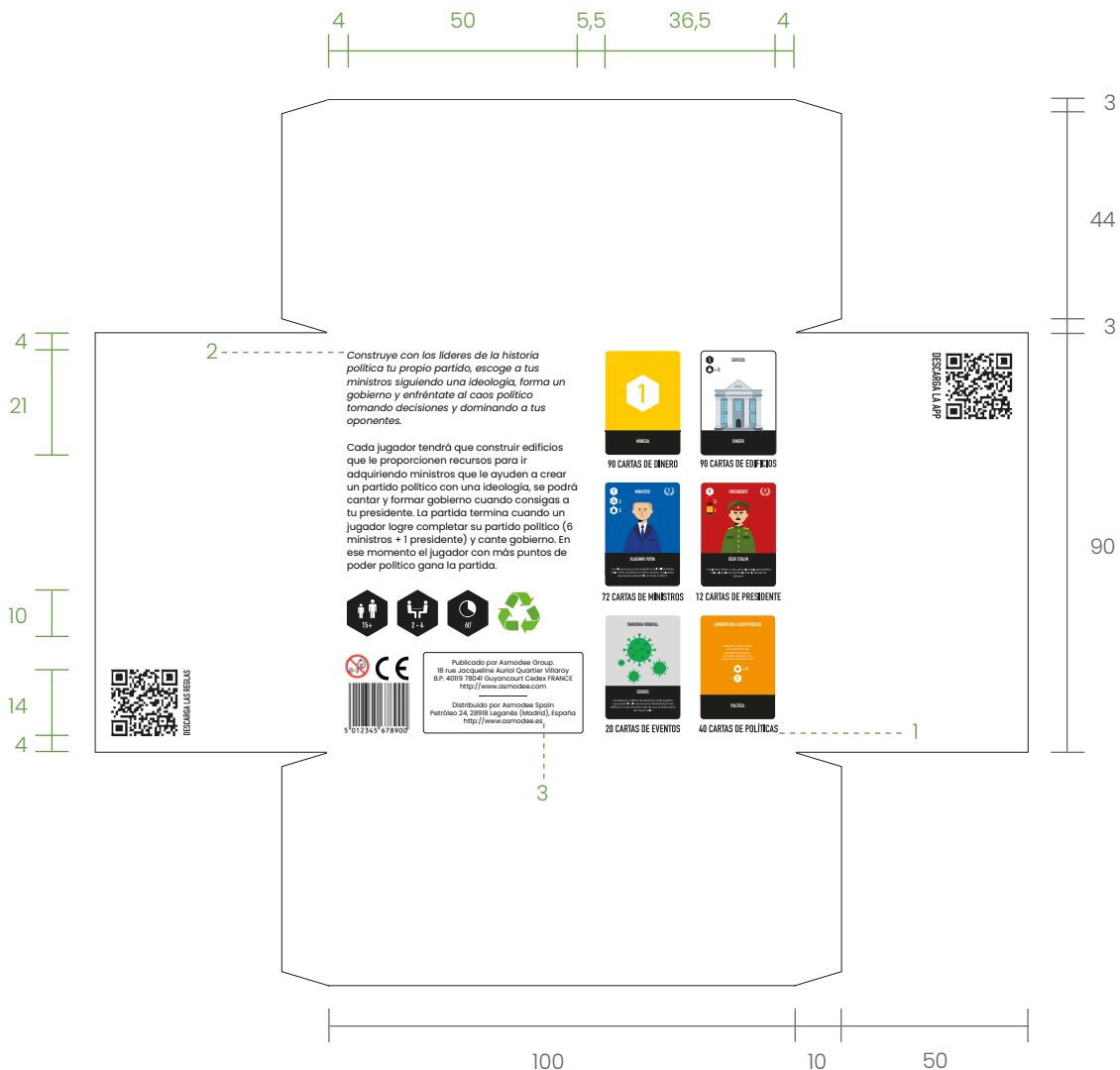
**Formato (base):** 100 x 90 x 50mm.

**Tintas:** 4/4.

**Impresión:** Offset.

**Material:** Carton prensado.

- 1. DIN Condensed.  
Cuerpo 6pts.  
Alineado en el centro.
- 2. Poppins Light.  
Cuerpo 6pts.  
Interlíneado 8pts.  
Alineado a la izquierda.
- 2. Poppins Light.  
Cuerpo 4pts.  
Interlíneado 5pts.  
Alineado a la izquierda.



Méridas en milímetros.

## CARTAS DE JUEGO

**Formato:** 63,5 X 88mm.

**Tintas:** 4/4.

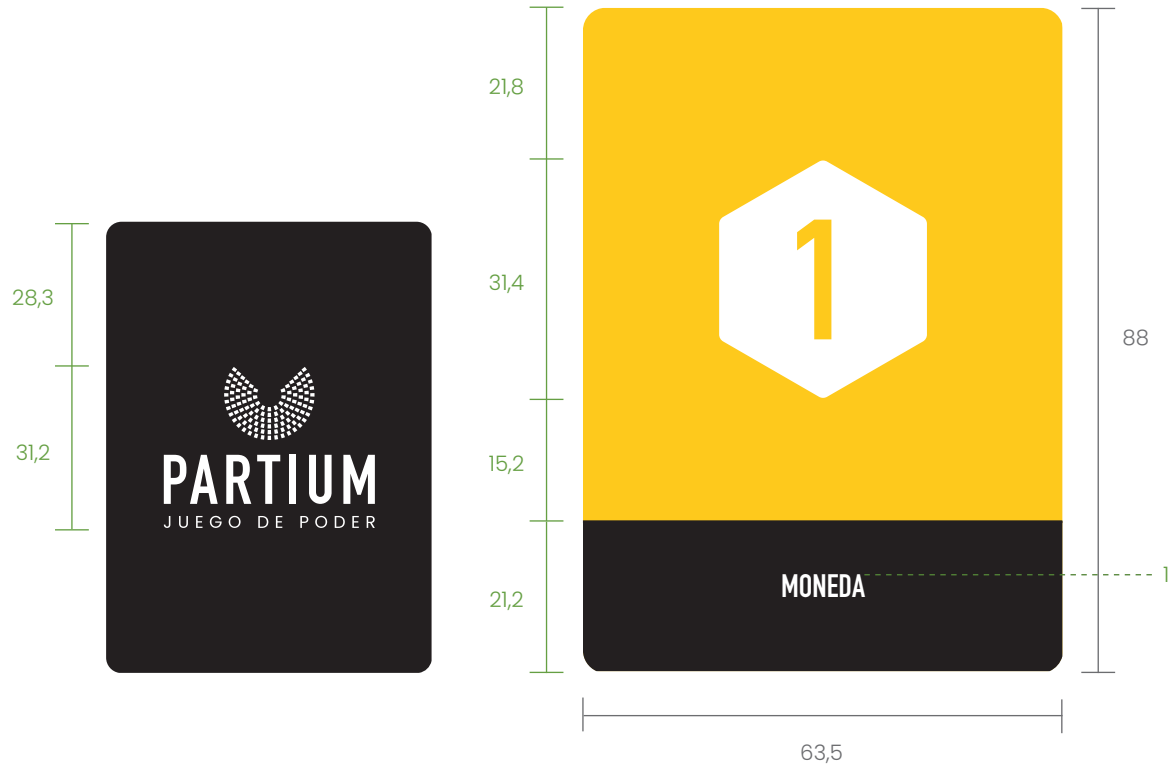
**Impresión:** Offset.

**Materia:** Papel piedra 420 micras.

1. DIN Condensed.

Cuerpo 12pts.

Alineado al centro.



Méridas en milímetros.



# CARTAS DE JUEGO

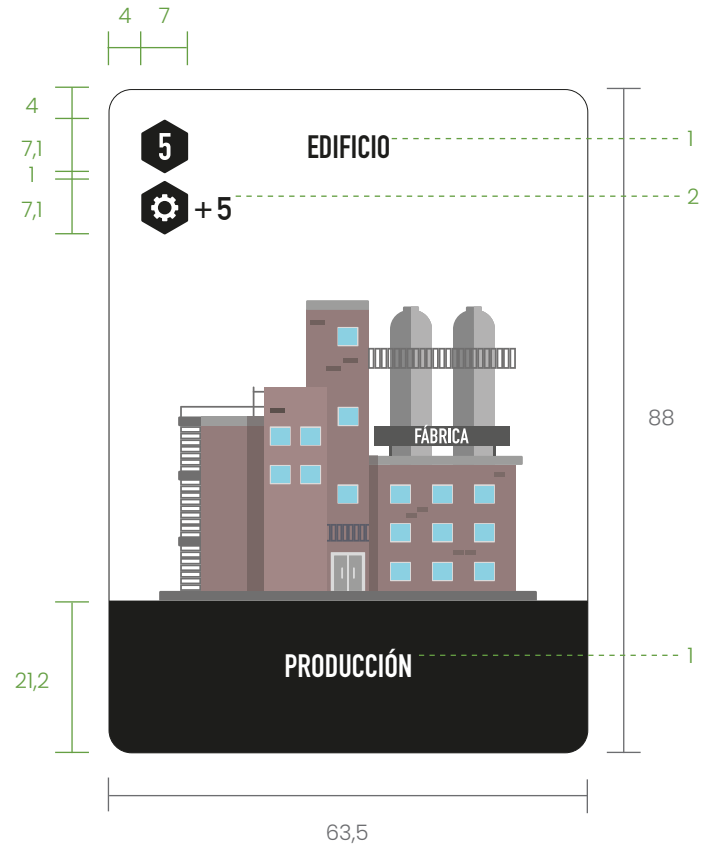
**Formato:** 63,5 X 88mm.  
**Tintas:** 4/4.  
**Impresión:** Offset.  
**Material:** Papel piedra 420 micras.

1. DIN Condensed.  
 Cuerpo 12pts.  
 Alineado en el centro.
  
2. DIN Condensed.  
 Cuerpo 12pts.  
 Alineado a la izquierda.



28,3

31,2

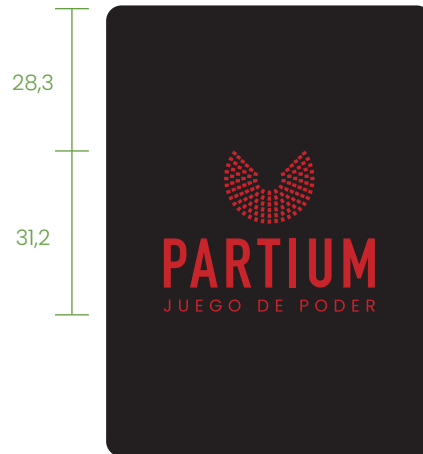


Méridas en milímetros.

## CARTAS DE JUEGO

**Formato:** 63,5 X 88mm.  
**Tintas:** 4/4.  
**Impresión:** Offset.  
**Material:** Papel piedra 420 micras.

1. DIN Condensed.  
Cuerpo 12pts.  
Alineado en el centro.
2. DIN Condensed.  
Cuerpo 12pts.  
Alineado a la izquierda.
3. Poppins Light.  
Cuerpo 6pts.  
Interlíneado 8pts.  
Alineado en el centro.



Méridas en milímetros.



## REGLAS/INSTRUCCIONES

**Formato:** 98 X 88mm.

**Tintas:** 4/4.

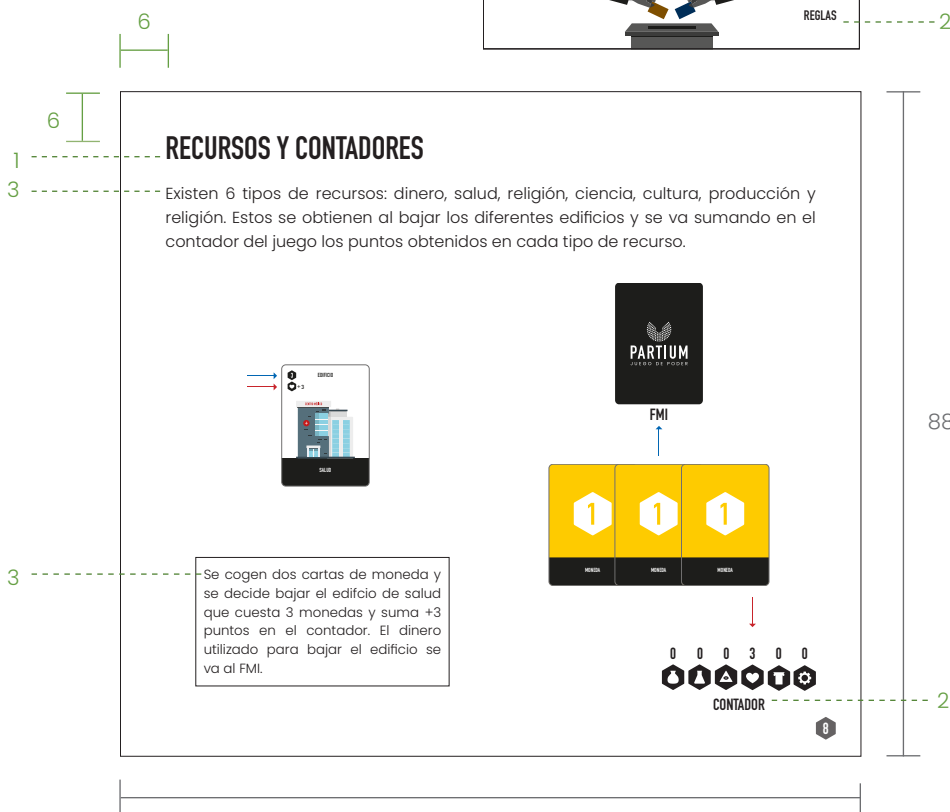
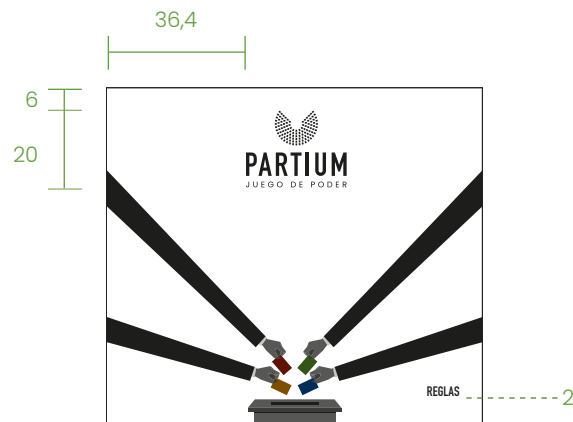
**Impresión:** Offset.

1. DIN Condensed.  
Cuerpo 12pts.  
Interlineado 15pts.  
Alineado a la izquierda.

2. DIN Condensed.  
Cuerpo 6pts.  
Interlineado 7pts.  
Alineado en el centro.

3. Poppins Light.  
Cuerpo 6pts.  
Interlineado 9pts.  
Justificado a la izquierda.

Las reglas están realizadas para descargarse como un pdf en el móvil. En todo caso si los jugadores lo desean podrán imprimir las reglas y guardarlas dentro de la caja, ya que su formato lo permite.



98

Méridas en milímetros.

# APLICACIÓN MÓVIL

Formato: 375 x 812px

Formato: 120 x 120px.

- 1. DIN Condensed.
- Cuerpo 35pts.
- Justificado en el centro.

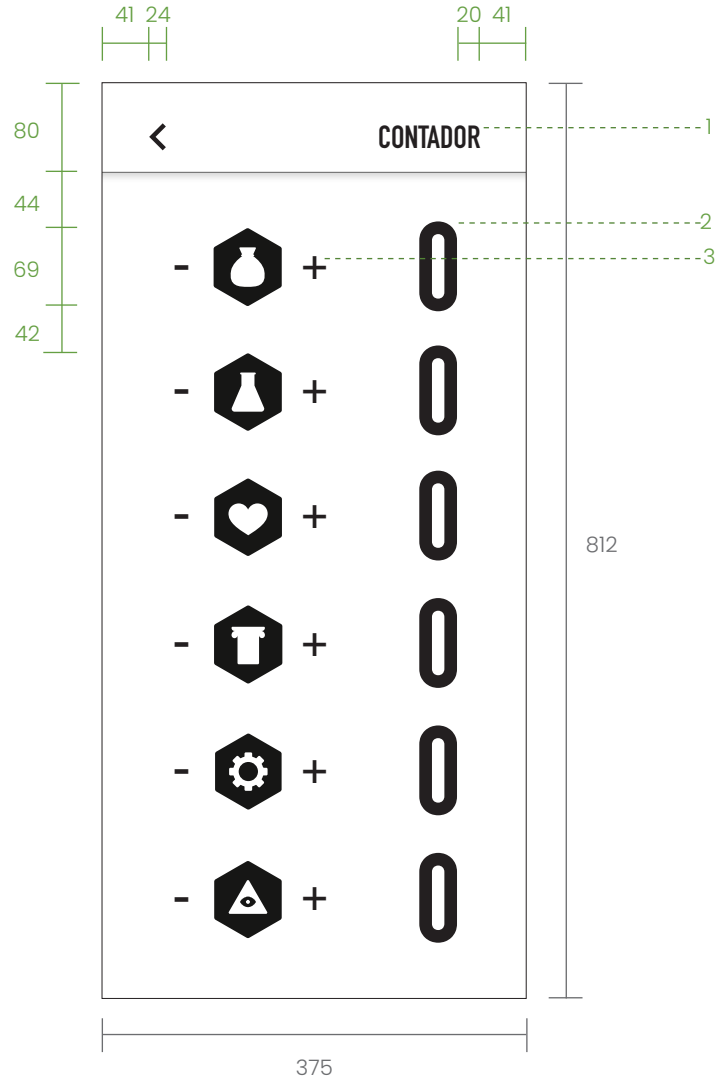


Méridas en píxeles.

## APLICACIÓN MÓVIL

**Formato:** 375 x 812px.

- 1. DIN Condensed.  
Cuerpo 28pts.  
Alineado a la derecha.
- 1. DIN Condensed.  
Cuerpo 110pts.  
Alineado en el centro.
- 1. DIN Condensed.  
Cuerpo 40pts.  
Alineado en el centro.



Méridas en píxeles.

# APLICACIÓN MÓVIL

**Formato:** 375 x 812px.

- 1. DIN Condensed.  
Cuerpo 28pts.  
Alineado a la derecha.
  
- 2. DIN Condensed.  
Cuerpo 30pts.  
Alineado a la izquierda.



Méridas en píxeles.

## APLICACIÓN MÓVIL

**Formato:** 375 x 812px.

1. DIN Condensed.  
Cuerpo 28pts.  
Alineado a la derecha.
2. DIN Condensed.  
Cuerpo 45pts.  
Alineado en el centro.
3. Poppins Light.  
Cuerpo 15pts.  
Alineado a la izquierda.



Méridas en píxeles.



# 04/ APLICACIONES

En este apartado se proporcionan algunas de las posibles aplicaciones para el uso de la marca, de acuerdo a la reproducción en los distintos soportes existentes.




























**SRA. MARÍA ARRATE GÓMEZ**  
Directora de Kickstarter

De nuestra mayor consideración,


Tenemos el honor de invitarla a participar a la inauguración del juego de mesa *Partium*, que tendrá lugar entre los días 17 y 20 del presente mes, con sede en Residencia Ferial (Santa Cruz de Tenerife), en carácter de **Invitada Especial**.

Su reconocida trayectoria y gran experiencia, jerarquizarán, sin duda alguno, este evento y será de gran aprendizaje para todos los colegas asistentes. Será de gran interés pueda otorgarnos una conferencia sobre la estructura de los juegos modernos, con una duración de 30 minutos.

Agradecemos desde ya su invaluable colaboración y a la espera de su pronta respuesta, reciba nuestros más cordiales saludos,

Calle la Sota, 8  
38204 Santa cruz de Tenerife, España

2021 Partium  
tel: +3468180678  
partium@boardgame.es  
www.partium.es







**REBECA FERRER**  
Directora Creativa



Tel: +3468180678  
rebefferrer@partium.es  
www.partium.es  
@partium.boardgame

















