



EL TESORO AZTECA

Memoria del proyecto

Judit Díaz García
Grado en diseño, 2021-2022
Universidad de La Laguna



EL TESORO AZTECA

Creación de una empresa de juegos de mesa educativos y
diseño de su primer lanzamiento: El tesoro azteca

Memoria TFG Diseño

Judit Díaz García

Autora

Judit Díaz García

Tutor

Francisco Javier Torres Franquis

Facultad de Bellas Artes
Grado en Diseño
Facultad de Bellas Artes
Universidad de La Laguna

Curso Académico 2021 - 2022

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

Agradecimientos

Estos cuatro años de carrera han estado llenos de retos y altibajos, pero, ha habido muchas personas que han estado apoyándome durante este proceso y han influido, de manera directa o indirecta, en mi formación como diseñadora.

En primer lugar, quiero darle las gracias a mi familia, con los que siempre he podido contar para tener otras visiones críticas de los diversos proyectos que he ido realizando y que han sido un pilar muy importante durante estos años, por confiar en mí, apoyarme y ayudarme a lograr cualquier reto que me propusiese.

En segundo lugar, a los profesores, de los cuales he podido aprender gran variedad de consejos y trucos que estoy segura de que me servirán en mi futura vida profesional. Me gustaría hacer una mención especial a mi tutor, Javier Torres, por haberme guiado durante este proyecto, compartiendo conmigo una visión perfeccionista que me ayudó a pulir los detalles de este TFG. Desde que nos conocimos en la facultad se convirtió en uno de mis referentes, por lo que agradezco haber podido ayudarme de sus consejos y conocimientos.

Asimismo, me gustaría darle las gracias a mi pareja, que ha estado a mi lado en los momentos más complicados y ha sido, en gran cantidad de ocasiones, una fuente de inspiración.

Por último, a mis amigos y demás allegados, entre los que siempre pude compartir ideas y, en cierta manera, crecer como diseñadora.

Gracias a todos,
Judith Díaz García

Resumen

Solo hace falta fijarnos en nuestro alrededor para darnos cuenta de que en la educación existen varios problemas que se deberían resolver, uno de los que más destaca es el aburrimiento y la desmotivación que tienen los alumnos a lo largo de los diversos cursos.

De acuerdo con experiencias y preocupaciones personales, apoyadas en diversas investigaciones y artículos que se pueden consultar en la investigación de este proyecto, se decide buscar la manera de unificar el diseño con la educación para dar solución al problema que nos atañe.

La idea principal de este proyecto es la de llevar a cabo una empresa dedicada a la creación de juegos de mesa educativos para ser utilizados en las aulas, por lo que podrán ser editados por los profesores para poder adaptarse a todo tipo de entornos y velocidades de aprendizaje. Además de diseñar el primer producto que se sacará a la venta, el tesoro azteca.

Con ello, se quiere ayudar a que la educación se convierta en un proceso lúdico, donde los niños se diviertan y formen parte de su propio proceso evolutivo.

Palabras clave

Diseño, identidad corporativa, educación, creación de juegos, juegos de mesa, packaging, diseño editorial, diseño gráfico, ilustración

Abstract

We only need to look around us a bit to realize that in Spanish education there are several problems that should be solved, but one of the most outstanding is the boredom and lack of motivation that students maintain throughout their learning process.

According to personal experiences and concerns, supported by various investigations and articles that can be consulted in the investigation of this project, it is decided to find a way to unify design with education to solve the problem that concerns us.

The main idea of this project is to carry out a company dedicated to the creation of educational board games to be used in classrooms, so they can be edited by teachers to be able to adapt to all kinds of environments and speeds. learning. In addition to designing the first product to be released for sale, the Aztec treasure.

With this, we want to help education become a playful process, where children have fun and are part of their own evolutionary process.

Keywords

Desing, visual identity, education, game creation, board games, packaging, editorial design, graphic design, illustration

Índice

Introducción	13	Cronograma	52	Figuras de personaje y dado	86
Objetivos	15	Mapa mental	53	Diseño de las reglas	88
Metodología	17	3. Fase de formalización	55	Página web	89
1. Fase de investigación	19	Planteamiento del problema	57	Merchandising	94
El juego	21	Desarrollo de la empresa	58	Prototipo	102
Juegos de mesa	27	Desarrollo del juego educativo	64	5. Conclusiones	115
Educación	36	4. Fase de normalización	69	6. Bibliografía	119
La competencia	41	Tablero	71	7. Anexos	125
2. Fase de ideación	49	Composición de las cartas	72	8. Manual de identidad	147
Planificación	51	Packaging	82		

Introducción

El siguiente Trabajo de Fin de Grado se encuentra centrado en la creación de un juego de mesa educativo para ser utilizado en las aulas de primaria, además de la ideación de la empresa bajo el que este sería llevado a cabo.

Este proyecto se propone con la intención de fomentar mediante el diseño un modelo educativo ya existente, pero poco utilizado en España, la ludificación o gamificación. Puesto que, de acuerdo con mis experiencias personales y diversos profesionales en el sector, como Petra María Pérez o Robert Swartz, podemos afirmar que el sistema educativo actual debería realizar un cambio.

Planteamiento del problema

Según diversos estudios analizados durante la investigación, el sistema educativo actual se encuentra anticuado, la sociedad ha cambiado a un ritmo frenético, pero la manera en la que estudiamos y aprendemos desde que somos pequeños no ha avanzado tanto como debería, se encuentra aún anclada en el pasado.

Se estudia de forma memorística, lo que hace que los alumnos dejen en un segundo plano su creatividad y pensamiento crítico, sin ser capaces de pensar por sí mismos, tomar decisiones, analizar y resolver diferentes problemas. En España, se tienen unas ta-

sas de fracaso escolar muy altas y esto es porque los estudiantes se encuentran aburridos, desmotivados y no están entusiasmados por aprender ni incitados a buscar nuevas soluciones.

Según diversos especialistas y diferentes estudios se debe empezar a apostar por la creatividad y un aprendizaje didáctico y vivencial, impulsando a su vez la educación emocional. En este contexto, el diseño puede ayudar a desarrollar herramientas, recursos o materiales basados en la experimentación donde los niños disfrutarán aprendiendo, creando entornos donde el alumno pueda ser creativo y aprenda jugando, además de memorizando y leyendo libros.

Bajo la perspectiva actual, que personalmente comparto, el diseño no se trata de estética, se trata de resolver problemas y ayudar a que la vida de otras personas sea más fácil. Es una actividad multidisciplinar que puede adaptarse a diversos ámbitos, por esta razón, he querido aplicarlo al sector de la educación, desarrollando un proyecto que pudiera ayudar a las nuevas generaciones a disfrutar de una de las etapas más importantes de sus vidas.

Objetivos

Generales

- Poner a prueba las competencias adquiridas durante el grado en un proyecto general
- Conocer la realidad en cuanto a materiales didácticos y hacer un diagnóstico, cómo desde el diseño podemos aportar cierta calidad gráfica
- Realizar recursos didácticos que sean llamativos y en los que se puedan potenciar la creatividad y el razonamiento.
- Utilización de diversas técnicas de comunicación gráfica

Específicos

- Creación de un juego de mesa con un fin educativo para una etapa académica (primaria).
- Creación de la identidad gráfica corporativa de una empresa dedicada a realizar juegos y material didáctico.
- Aplicar los conocimientos adquiridos en el ámbito de diseño editorial y jerarquía tipográfica para realizar elementos didácticos.
- Poner en práctica las habilidades de diseño de productos y packaging, consiguiendo como resultado final un producto que además de ser funcional sea llamativo.

Metodología

La primera parte de este proyecto engloba la investigación, el análisis y el estudio de las diferentes empresas y materiales relacionados con el ámbito que vamos a tratar. Para poder realizar todos estos apartados de la manera más apropiada se hará uso de diferentes metodologías, que se van a nombrar a continuación.

En cuanto a la investigación, esta debe dividirse en dos aspectos más generales: las cuestiones educativas y las cuestiones de diseño.

Se ha de investigar y analizar cuáles son los problemas actuales en la educación, consultando para ello diferentes informes, realizando encuestas y ayudándonos de la retroalimentación de un compañero que está especializado en la educación primaria.

En cuanto a los factores de diseño, se deberá hacer un estudio de los diferentes juegos de mesa y materiales didácticos que existen actualmente, haciendo un análisis específico de todos ellos. Con la información obtenida se realizarán diferentes mapas conceptuales para agrupar las ideas. Esta investigación se debe llevar a cabo tanto de manera digital como física, acudiendo a diversas tiendas y comprobando cuáles son los diferentes acabados, resultados, texturas... que tienen los materiales didácticos.

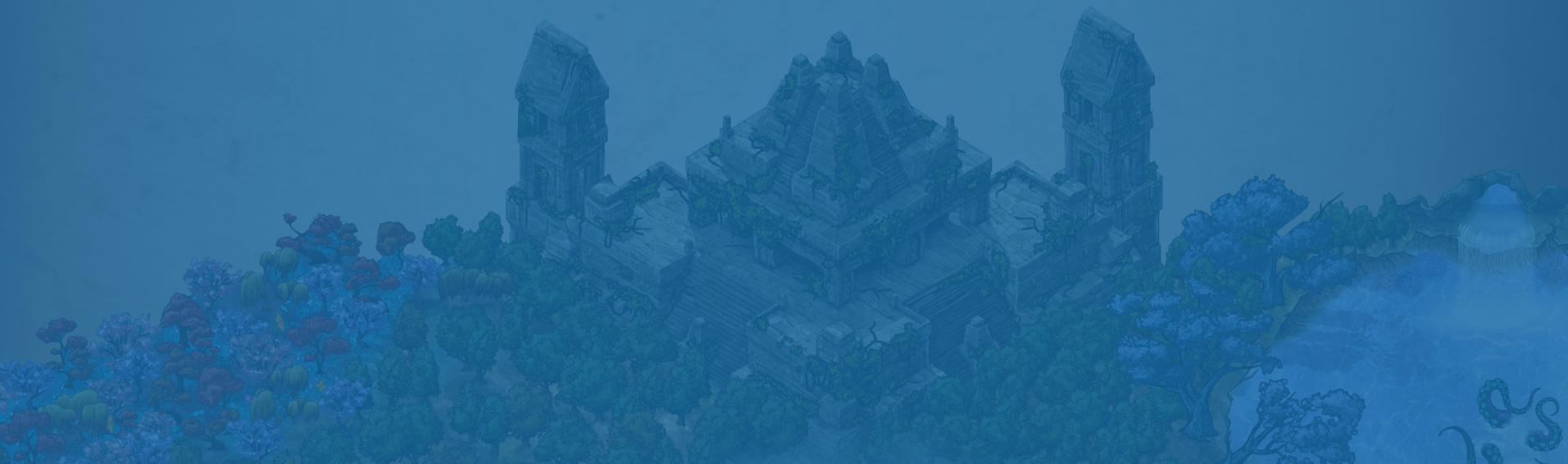
Asimismo, se debe hacer un análisis de las empresas que se convertirían en la competencia directa, ha-

ciendo uso del círculo cromático y el análisis de los 14 parámetros de Norberto Chávez, para conseguir obtener la información necesaria para llevar a cabo este proyecto.

Cuando ya tengamos toda esta información se realizará un briefing junto a una lluvia de ideas con todos los conceptos adquiridos además del uso de la Rosseta y de diferentes moodboards que nos ayudarán en el proceso creativo.

Fase de investigación

1



Investigación y análisis

1. El juego

1.1. Qué es, orígenes y evolución

Jugar es realizar una actividad muy completa que aparte de elementos didácticos puede tener un componente educativo. El juego consigue crear encuentros sociales dónde a base de diferentes reglas, que los participantes deben seguir, se crean situaciones con diversas funciones o finalidades.

Los niños desde las edades más tempranas, incluso antes de haber hablado o aprendido a gatear, tienden a buscar juegos que les ayudan a conocer el mundo que les rodea y exteriorizar sensaciones o deseos que aun no son capaces de expresar, y es que jugar es un componente muy básico de la naturaleza humana, tanto en niños como en adultos, que buscan algo de descanso y distracción de sus tareas cotidianas.

Por estas razones, es fácilmente comprensible que el juego y su relación con el hombre haya estado presente desde las sociedades más primitivas, lo cual se puede demostrar mediante innumerables hallazgos arqueológicos.

Desde los inicios de los primeros juegos hasta la industria que existe hoy en día han sido muchas la épocas y sociedades que han influido en su desarrollo. Pero no solo estas sociedades han influido en el con-

cepto del “juego”, sino que esta actividad también ha ayudado a nuestro desarrollo cognitivo, consiguiendo que las personas pensarán de maneras diferentes a las establecidas, imaginaran, crearan...

En la prehistoria el hombre comenzó a crear a través de juegos diferentes manifestaciones culturales que fueron cada vez más complejas. En esta época casi todos los elementos lúdicos estaban relacionados con lo mágico y lo divino, enlazados normalmente con algún tipo de ritual religioso. Todo esto fue estimulando el desarrollo de la imaginación y de cierto pensamiento abstracto.

Más adelante, los juegos van tomando cierta complejidad y estructuración cambiando su finalidad a la de la supervivencia y el adiestramiento para el trabajo. Sobre el año 4000 antes de Cristo surgen por primera vez algunos juegos con uso de tableros y ya hacia el año 1000 antes de Cristo ciertos juegos de pelota más evolucionados. Aunque en esta época la vertiente mágica/religiosa siga permaneciendo van tomando mayor importancia los elementos lúdicos.

Con la llegada de la época clásica el juego comenzó a tomar una mayor relevancia. En Grecia se daba mucha importancia a la sabiduría, la belleza y la bondad, así que este tipo de actividades servían para desarrollar esta cultura del ocio. Por otra parte, en Roma el juego era percibido de una manera más liberado-



Fig. 1. Imagen de diversos juegos de mesa

ra, como una especie de recompensa después de un largo día de trabajo, para así desconectar la mente y desarrollar la competitividad.

Ya en la edad media los juegos comienzan a utilizarse como distintivo de la clase social, ya que algunos de ellos se encontraban reservados para la nobleza mientras el pueblo llano realizaba actividades más relacionadas con la vida diaria, o los juegos de mesa y azar que se podían encontrar en los diferentes bares y tabernas.

Esta situación se mantiene hasta la llegada de la ilustración en el siglo XVII, que comienza a haber una homogeneización de los gustos, en relación con los juegos, de las diferentes clases sociales. Ya en la época de la revolución industrial se desarrollan algunos de los juegos de mesa que conocemos hoy en día y se transforman en un componente esencial en los momentos de ocio.

La llegada de internet y la era digital ha abierto un gran abanico de posibilidades a la hora de crear juegos, ya que por primera vez se puede hacer visible un mundo imaginario con posibilidades inimaginables.

1.2. Características

Es importante conocer y tener en cuenta cuales son las características de los juegos a la hora de analizar como estos pueden afectar e influir en la educación.

- El juego es un fin en si mismo puesto que cuando se realiza esta actividad no se suele buscar llegar

a ningún resultado o finalidad, sino que se hace por el simple placer y satisfacción que produce el proceso.

- Ayuda a potenciar el desarrollo y el aprendizaje puesto que el jugador pone a prueba sus diversas habilidades y conocimientos previos al juego mientras adquiere nuevas capacidades.

Según Maite Garaigordobil (2003), doctora en psicología y catedrática de evaluación y diagnósticos psicológicos, los juegos son:

- Una actividad lúdica y placentera que genera en el jugador excitación y satisfacción, ya que produce una sensación de bienestar prácticamente inmediata ayudando a eliminar el estrés y las preocupaciones. Por esta razón, es un gran antídoto contra problemas como la depresión o la ansiedad, pues jugando se generan endorfinas que disminuyen el dolor y otras cargas emocionales.
- Una experiencia que proporciona sensación de libertad, el jugador puede reproducir roles y tener mayor capacidad de elección que en su día a día. Aunque al asumir un rol en específico también se ven sujetos a ciertas reglas o restricciones.
- Una actividad que implica acción y participación, suponiendo actividades motoras (como el movimiento o la comunicación) y/o cognitivas (puesto que debemos encontrarnos activos psicológicamente)

- La ficción forma parte muy importante en este tipo de actividades, lo que ayuda a que el miedo al fracaso se reduzca.

- Es una actividad seria que requiere concentración y atención consciente por parte de sus jugadores. Además, es importante en las edades más tempranas, pues ayuda a elevar la autoestima de los más pequeños y ayudarles a conseguir cierta autonomía.

- Implica una dificultad que se debe superar lo que conlleva un esfuerzo por parte de los niños siendo una actividad vital en el motor del desarrollo humano, pues nos enseña como desenvolvernos en el mundo.

- Es una forma de expresión y exteriorización de nuestros sentimientos, además, sirve para conocer mejor el mundo que nos rodea

- Favorece la interacción y la comunicación, impulsando las relaciones de afecto y ayudando al desarrollo cognitivo. En las etapas más tempranas, nos ayuda a interactuar con otras personas, creando y reforzando los lazos con estas.

Asimismo, es importante tener en cuenta que los juegos no solo son actividades lúdicas, sino que pueden llegar a convertirse en herramientas que nos ayuden a:

- Nutrir nuestras habilidades mentales, utilizando estas actividades como un entrenamiento para la memoria, observación, concentración o atención.

- Prevenir enfermedades degenerativas como el Alzheimer, al estar ejercitando nuestro cerebro

- Adquirir conocimientos globales y conocer culturas diferentes a las nuestras

- Es una aproximación al mundo real que, según teóricos como Vygotski (1924), Bandura y Piaget (1956), ayuda a los niños a poder comprender el mundo que les rodea, percibiendo su propia interacción sobre el y desarrollando capacidades para solucionar problemas, creatividad y diversos intereses más complejos

1.3. Los juegos en la educación como motor del desarrollo

Desarrollo psicomotor

Los juegos ayudan a que los niños sean capaces de descubrir nuevas sensaciones que les sería muy difícil de experimentar en otro tipo de situación. Además, el niño aprende a coordinar los movimientos de su cuerpo y adquirir un mejor conocimiento sobre su propio esquema corporal, es decir, le ayuda a identificar las diversas partes de este, tomando conciencia y ayudando a reconocerse a sí mismos. Por otra parte, al jugar los niños exploran todas sus posibilidades motoras y sensoriales tomando conciencia de la relación causa-efecto. Todo este tipo de experiencias que se dan en el proceso de jugar, donde el niño se reconoce a sí mismo, puede experimentar sensaciones de éxito y reconoce las modificaciones que causan sus acciones en la partida, hacen que sea consciente del domi-



Fig. 2. Restos de minas de lápices de colores

nio del entorno que este mantiene y de esta forma se favorece su autoconfianza y su autoestima

Desarrollo cognitivo

Es lógico decir que mientras se juega se estimulan los procesos cognitivos más básicos como la atención y la memoria o la imaginación y la creatividad, pero también se favorece el pensamiento, pues según Piaget (1956) los juegos de manipulación y el desarrollo cognitivo están íntimamente relacionados. Por otra parte, los juegos simbólicos ayudan a los más jóvenes a ponerse en la piel de otra persona favoreciendo el descentramiento cognitivo. Asimismo, los juegos ayudan en el proceso de comunicación lo que promueve el desarrollo oral de los niños y en el proceso de abstracción, es decir, es una forma de descontextualizar el pensamiento mediante las representaciones mentales y la ficción.

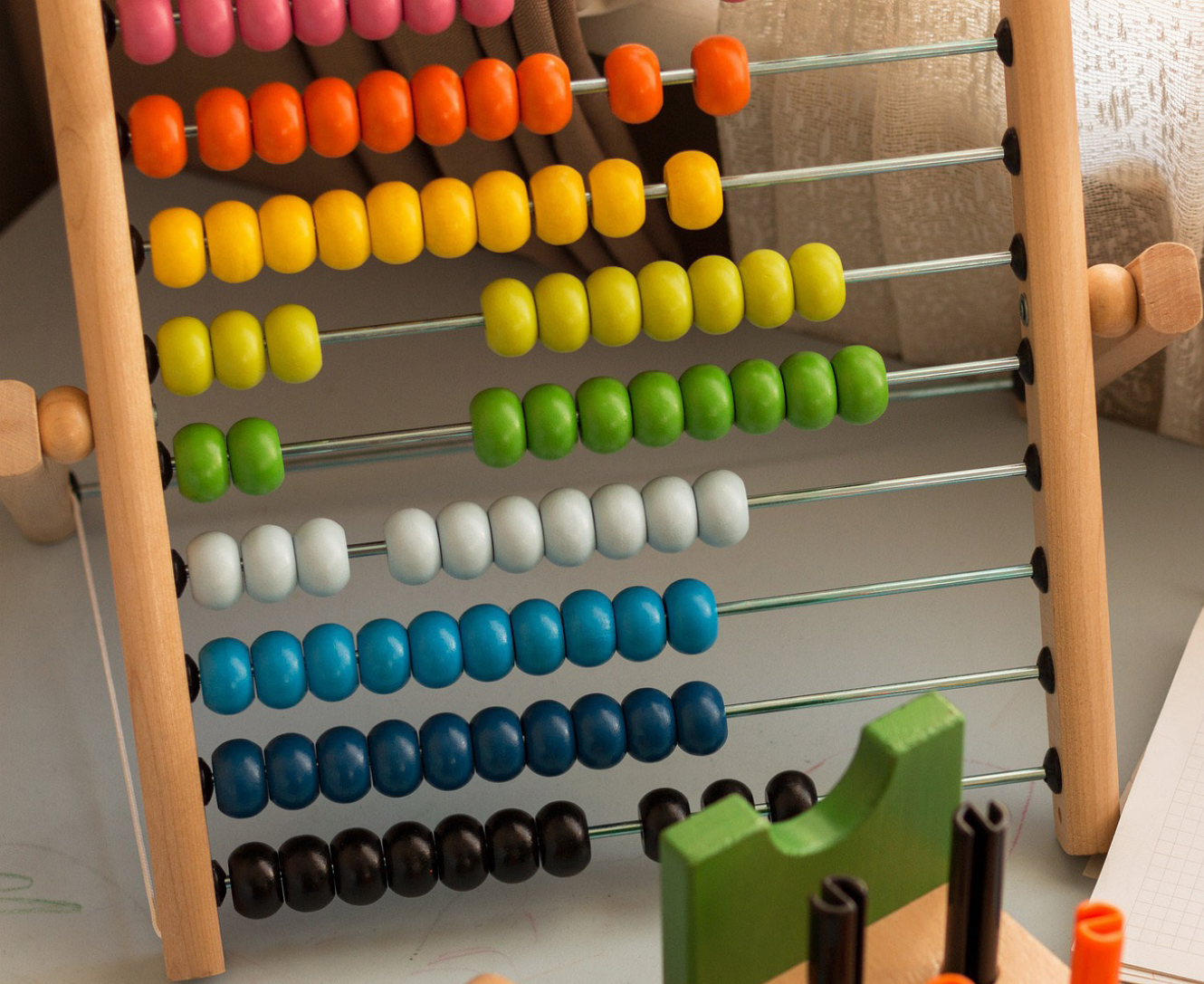
Desarrollo afectivo-emocional

Como ya hemos dicho anteriormente, el juego es una actividad lúdica que genera endorfinas que producen satisfacción y motivación en sus jugadores. Mediante la realización de juegos los niños pueden exteriorizar sus sentimientos, sexualidad o agresividad de una forma que en otras circunstancias les sería mucho más complicado, esto es porque se encuentran en una situación en la que el niño controla más fácilmente las experiencias que vive. Se trata de una actividad que ayuda en el proceso de comprensión y conocimiento de uno mismo, pudiendo ser importante en el proceso de identificación sexual y de género. Por último, los

juegos crean escenarios perfectos para aprender y poner en práctica la resolución de conflictos.

Desarrollo social

Los juegos son una forma muy práctica de favorecer la comunicación y la cooperación, ayudándonos no solo a mantener una mejor relación con los demás sino también a conocernos a nosotros mismos, tomando conciencia de nuestras propias limitaciones y ayudándonos a controlar la agresividad. En específico los juegos simbólicos, en los que los niños asumen otro papel y tienen que comportarse como si fueran otra persona, les permiten en cierta forma un acercamiento al mundo social de los adultos, ya que pueden asumir diversas profesiones y, por ende, deben imponerse ciertas limitaciones y obligaciones, de esta forma se favorece el desarrollo moral, la capacidad de autocontrol y la asimilación de las reglas, que deben seguir para comportarse como el personaje elegido. En conclusión, los juegos son fundamentales para el desarrollo social en las etapas más tempranas y, mediante juegos cooperativos, la creación de climas favorables.



1.4. Tipos de juegos

- Juegos populares: este tipo de juegos se suele caracterizar por tener un origen desconocido e ir pasando de generación en generación como parte de la cultura.
- Juegos tradicionales: al igual que los anteriores van pasando de generación en generación, pero se caracterizan por ser típico del país o comunidad en el que nos encontramos, como podría ser la lucha o el palo canario.
- Juegos infantiles: como ya hemos dicho, jugar es una parte esencial del desarrollo de los niños. Jean Piaget (1956), clasificó los diferentes tipos de juegos según las etapas en la evolución del pensamiento de los niños. Son:
 - » Juegos funcionales: este tipo de juegos son realizados por los niños desde el día de su nacimiento hasta los dos años, aproximadamente. Se tratan de juegos repetitivos en los que el único objetivo es obtener placer al conseguir completarlos correctamente, esto despierta su área sensoriomotriz.
 - » Juegos simbólicos: ocupa la etapa de los dos años hasta los seis aproximadamente, en esta el niño comienza a cultivar su imaginación. La intención de estos juegos es crear escenarios parciales o completos donde los niños favorezcan el lenguaje y la creatividad.
- » Juegos de reglas: Aunque estos juegos puedan encontrarse antes y mantenerse durante la mayor parte de nuestras vidas, es de los siete años a los doce cuando tienen mayor predominio. Este último tipo de juegos ayuda a los niños a interactuar con otros y a aprender a seguir unas determinadas normas. Además, les ayuda a manejar la frustración y mejorar sus habilidades.
- Juegos exteriores: Estos juegos se caracterizan por ser al aire libre, de varios jugadores en los que la intención generalmente es compartir con el otro y se suelen encontrar desde la etapa infantil hasta la pre-adolescencia.
- Juegos de construcción: se tratan de juegos como la conocida marca lego, en el que se crean diferentes edificaciones o figuras y su complejidad puede adaptarse a la edad o las capacidades de cada jugador.
- Juegos de mesa: este tipo de juegos son perfectos para cualquier rango de edad existiendo variaciones en la complejidad y temática. Están creados para compartir, promover la comunicación, el uso de habilidades mentales y el seguimiento de diferentes normas.
- Juegos de agilidad mental: este tipo de juegos, como podría ser el ajedrez, ayudan a cultivar el pensamiento abstracto y la resolución de problemas, siendo un ejercicio perfecto para ejercitar nuestro cerebro.

- Juegos de azar: son juegos muy conocidos en la industria del entretenimiento en los que es necesario el uso de la estrategia, pero también la suerte.
- Juegos de rol: Son juegos en los que los participantes se meten en el papel de un personaje, animal u objeto, imitando sus cualidades o características.
- Juegos cooperativos: Se basan en el trabajo en equipo y su finalidad es conseguir la victoria global usando las mejores cualidades de sus participantes.
- Juegos de competencia: En estos juegos se busca también conseguir la victoria, pero esta vez suele existir un solo ganador (personal o equipo) ya que se busca saber quien es el mejor.
- Juegos virtuales: Con la era digital han llegado gran cantidad de juegos que ayudan a desarrollar capacidades de multifunción y a ejercitar la atención y la observación. Estos se dividen en dos tipos:
 - » Videojuegos: En estos se utilizan diferentes controles para manejar a los personajes, pudiendo jugar de forma individual, multijugador u online.
 - » Aplicaciones móviles: Se tratan de juegos de todo tipo adaptados al formato digital.

2. Juegos de mesa

Los juegos de mesa están creados para jugarse sobre una superficie plana, pudiendo ser necesario el uso de un tablero, fichas y diversas piezas que nos ayuden a representar la situación indicada. Normalmente estos tipos de juegos suelen ser estratégicos, táctico e incluso basados en el azar y no suelen necesitar actividad física, a no ser que sea la realización de algún movimiento en específico.

2.1. Componentes de los juegos de mesa

Cuando jugamos a cualquier juego de mesa estamos experimentando una experiencia pensada detalladamente por un diseñador, que se encuentra conformada por piezas tangibles, pero también ideas intangibles. Por esta razón es muy importante tener en cuenta todas las partes que conforman un juegos de mesa, para así poder comprenderlo mejor. Vamos a dividirlos en dos (pueden variar dependiendo del tipo de juego):

Componentes intangibles:

- Meta: Todos los juegos de mesa suelen tener una meta que suele estar relacionada con el final del juego.
- Acciones: Dependiendo del juego las acciones que pueden tomar los jugadores pueden tener formas bastante variadas, al igual que sus interacciones. Asimismo, es importante también la manera en la que esta se toma siendo muy distinto un jue-



go de acciones simultáneas o un juego de turno fijo.

- Recursos.: Estos ayudan a controlar el ritmo del juego creando diferentes estrategias y facilitando la interacción entre los jugadores.
- Adquisición: Gran cantidad de juegos se centran en adquirir diferentes elementos o recursos lo que permite a los jugadores sentir que están creando algo y logrando pequeñas victorias a lo largo del camino.
- Puntaje: Existen diversas formas de realizar los puntajes, lo que puede afectar a la manera y la experiencia del juego
- Eliminación: la eliminación no solo se puede basar en los jugadores sino también diferentes elementos del juego, piezas o adquisiciones.
- Incertidumbre: Añadir alguna forma de azar, como los dados, es un recurso muy utilizado en los juegos de mesa. Pero esta no es la única forma de agregar cierta incertidumbre al juego, también se pueden mantener manos en secreto o acciones, entre otras opciones.
- Interacción: Los juegos de mesa suelen centrarse en compartir tiempo con los demás, siendo, esta experiencia, una de las más importantes dentro del juego.

Componentes tangibles:

- Tablero: es una parte fundamental, pues es el escenario donde se desarrolla toda la actividad. Suelen estar creados a base de cartón o madera y pueden ser de diversas formas: encontramos tableros de recorrido; donde vemos visualmente el principio y el final que los jugadores deben recorrer para concluir el juego, tableros circulares; que son ideales para cuando la partida no se centra en llegar primero a un lugar sino en conseguir diversos objetos o completar rompecabezas, en forma de laberinto; perfectos para cuando se trata de recorrer las rutas más rápidas para salir antes que el resto de contrincantes, ruletas; que los jugadores deben girar y realizar lo que indique la casilla señalada o tableros en forma de cuadrados (como los del ajedrez), entre otros. Puesto que existen gran diversidad de tableros también varía mucho la manera de avanzar y moverse en ellos, aunque la mayoría de juegos suelen seguir algún tipo de recorrido.
- Dados: es un elemento muy usado en los juegos de mesa más tradicionales, que agrega cierto azar e incertidumbre a las partidas. Los dados son cubos con diferentes grabados en cada uno de sus lados. Los más tradicionales suelen llevar los números del 1 al 6, pero también se pueden encontrar con diferentes figuras, fechas, direcciones, signos... según la finalidad que se desee
- Fichas: El tamaño y las formas de estas son muy variadas pudiendo tratarse de figuras de animales, bolas, objetos varios o simples piezas similares a

las damas, entre otras. Éstas suelen representar a los jugadores y la cantidad varía según el juego en el que nos encontremos.

- Cartas y tarjetas: Se trata de un elemento que nos ayuda a salirnos del tablero y enriquecer las acciones que se pueden llevar a cabo en un juego, por esta razón es uno de los elementos más novedosos y divertidos. Incluso, en algunos casos las tarjetas pueden llegar a ser la base del juego, sin necesidad de utilizar un tablero. Por estas razones, el uso de estas es bastante diverso y depende de cada juego.

2.2. Tipos de juegos de mesa

Según la mecánica que utilicen y como estos funcionan:

- Juegos competitivos: estos juegos se caracterizan porque su mecánica principal es conseguir la confrontación de los diferentes jugadores, creando así estrategias que los hagan entrar en conflictos.
- Juegos colaborativos: los juegos colaborativos son aquellos en los que los jugadores trabajan en equipo y requieren de una estrategia coordinada para ganar. Los jugadores deben cooperar para lograr un objetivo común, siendo todos ellos los que ganen o pierdan.
- Juegos cooperativos: al igual que en los colaborativos se requieren de mecánicas coordinadas

para conseguir intereses u objetivos comunes, pero en este caso no nos asegura que los jugadores se beneficien equitativamente, puesto que pueden existir varios equipos o mecanismos de negociación.

- Multisolitarios: este tipo de juegos se caracteriza porque la interacción entre los diferentes jugadores es prácticamente nula.

Según los elementos que intervienen:

- Juegos de dados: en estos juegos el elemento principal se trata de un dado que determina las acciones que van a suceder, como en la Oca. Estos juegos se caracterizan por ser bastante rápidos y ligeros, en los que dependemos del azar, aunque haya alguna mecánica que nos ayude a gestionarlo en cierta medida.
- Juegos de fichas: en este tipo de juegos se utilizan diferentes fichas y se caracterizan a su vez por hacer uso del azar.
- Juegos de cartas: es uno de los tipos de mesa más tradicionales en los que podemos encontrar barajas muy conocidas, como la española o la de póker, aunque actualmente se están reinventando y creando cartas específicas para cada juego.
- Juegos de tablero: la mayoría de los juegos de mesa se encuentran en esta categoría que se puede subdividir en:

» Juegos de tablero tradicionales (como podrían ser las Damas o el Ajedrez)

» Juegos de mesa contemporáneos

Tanto los juegos de mesa contemporáneos como los juegos de cartas se subdividen en gran cantidad de categorías según la temática, edad y jugadores:

- Ameritrash: son juegos provenientes de América y por esta razón sus mecánicas son bastante distintas a las que se encuentran en Europa, siendo más azarosos y brillando más la temática. Estos juegos suelen ser inmersivos y buscan crear competitividad.
- Eurogames: este tipo de juegos de mesa se caracteriza por tener un sistema de puntuación simple, reglas sencillas, temas simplificados y un uso escaso del lenguaje que intenta internacionalizar al máximo los juegos. En ellos prima la estrategia y la mecánica y buscan la socialización de los jugadores.
- Party games: estos juegos están pensados para ser usados en todas las edades y son muy famosos por su dinamismo y frescura, suelen tener una duración moderada, estar centrados en la interacción social y ser bastante sencillos a la hora de llevarlos a cabo
- Fillers: son juegos muy fáciles de explicar, que conllevan poco tiempo y con mecánicas muy sencillas. Tanto la temática como las mecánicas son

bastante variadas, aunque suelen tratarse de juegos de cartas.

• Miniaturas: estos juegos destacan por el uso de figuras en tamaño miniatura.

• Juegos de rol: se basan en la idea de ponerse en la piel de otra persona situando al jugador en situaciones específicas y teniendo que superar ciertos obstáculos para llegar a la meta. Suelen tratarse de juegos cooperativos arbitrados por uno de los jugadores, que lee las diferentes situaciones por las que van a pasar sus compañeros, en un entorno controlado.

• Roles ocultos: se tratan de juegos de roles en los que cada jugador o equipo tiene una identidad secreta que influirá en el desarrollo del juego.

• Para dos: son juegos creados y pensados para el uso de dos jugadores y que no suelen extenderse ni llegar a una hora.

• Solitario: Son juegos diseñados para una sola persona, no existen gran cantidad de esta categoría.

• WarGames: estos juegos se caracterizan por recrear un conflicto armado con reglas de simulación militar en un entorno histórico o fantástico.

• Legacy: esto juegos se basan en seguir una historia narrada que va evolucionando al mismo tiempo que la partida, por esta razón lo que haya

Fig. 5. Dados personalizados para juegos de rol



ocurrido en la última partida afectará a las siguientes. El final de la historia dependerá de cómo hayan evolucionado las partidas.

- Abstractos: Son todo tipo de juegos que no siguen una temática o ambiente, solo importan las mecánicas y el uso de la estrategia.
- Construcción de Mazos: En este tipo de juegos todos los jugadores comienzan con el mismo número de cartas y recursos, que deben ir utilizando para incrementar su mazo.
- CCG (*collective card game*): son juegos en los que debes comprar un mazo inicial y luego diferentes expansiones aleatorias.
- LCG (*living card game*): estos juegos son similares a los juegos anteriormente nombrados, pero en esta pero esta vez las expansiones son predefinidas y al comprarla tienes el conocimiento de qué cartas contienen.
- Pnp (*print & play*): este tipo de juegos se han puesto muy de moda en la época del COVID puesto que el usuario simplemente debe descargarlo imprimirlo y puede comenzar su partida.

2.3. Elementos de la experiencia de juego que debemos tener en cuenta a la hora de diseñarlos

Juan Carballal (2017), diseñador y crítico de juegos de mesas, ha creado una clasificación de cuáles son

los diferentes apartados a la hora de crear y descomponer un juego y es que, al contrario del pensamiento de muchas personas, un juego no solo es temática y/o mecánica, sino que esta conformado por otros tres apartados que consiguen completar la experiencia de juego.

Para poder explicar cuáles son los diferentes componentes a la hora de crear un juego, vamos a hablar de ellos en el orden en el que deberíamos tratarlos.

Cuando estamos pensando en crear un juego lo primero que deberíamos tener claro es que queremos lograr en los jugadores, cuál es el propósito, por esta razón las dinámicas son un elemento fundamental. Las dinámicas determinan el tiempo de jugabilidad y dentro de ellas encontramos gran cantidad de categorías, pues no hay una lista exacta que determine dónde se encuentra el límite en este aspecto, se trata más bien de nuestra misma creatividad y objetivos. Algunos ejemplos de estas dinámicas podrían ser la fantasía, narrativa, expresión, descubrimiento (como el abrir cartas), competencia (jugar para ganar), sensación, socialización (hablar, reír...) pasatiempo, etc.

Al tener claro este apartado deberíamos continuar por los elementos constitutivos de nuestro mundo, es decir, la temática. Esta se subdivide a su vez en 5 apartados:

- El trasfondo hace referencia al universo en el que está el juego y ayuda a la comprensión por parte de los jugadores. Un ejemplo podría ser situarnos en la Europa medieval

- La lógica, es muy importante que las expectativas que genera el juego estén en conexión con la temática, para que no haya problema en la intuición de los jugadores. Si continuamos en el ejemplo anteriormente nombrado, no sería lógico en un escenario de Europa medieval encontrarnos espadas láser.
- El contexto es el que ayuda a generar ciertas expectativas. Para entendernos mejor, en el ejemplo que estamos tratando no sería lo mismo encontrarnos durante la peste negra que durante la caída del imperio romano.
- Asimismo, es importante realizar diferentes referencias que ayuden al aprendizaje del juego. Por ejemplo, si utilizamos cubos de colores éstos podrían hacer referencia al material que se trata: los blancos son azúcar y los rojos tomates
- El mensaje que transmita tu juego también es una representación de tu visión del mundo, hay que tenerlo en cuenta puesto que no todo el mundo la compartirá contigo y eso podría hacer que afecte a algunas personas.

A continuación, habría que tener en cuenta la ambientación del juego, analizar qué hacen, cuál es la perspectiva y quiénes son los jugadores dentro del mundo y definir el objetivo. Para ello vamos a subdividirlo en otros apartados:

- El objetivo ayuda a la comprensión de los jugadores, de quiénes son y qué deben hacer, depen-

diendo también de la ambientación que se le haya dado al juego.

- La personalidad hace referencia a que los participantes podrían identificarse con el personaje, relacionándose así con el juego y ayudando a la inmersión en el.
- Un apartado muy importante es el tono, ya que existen diferentes formas de encarar un mismo tema; podemos realizarlo de manera seria, de manera cómica... todo dependiendo de cuál va a ser la dinámica que queremos llevar y el público al que queremos llegar.
- El horizonte es otro aspecto a tener en cuenta, pues los límites del mundo los pone el diseñador y estos delimitan las opciones prácticas que tienen los jugadores. No es lo mismo crear un tablero de una nave espacial que de un cielo galáctico, la capacidad de acciones se amplía según el horizonte impuesto.
- Por último, el sentido tiene que ver con el mensaje anteriormente nombrado, en el juego pueden haber diferentes decisiones morales que puedan llegar a afectar al jugador, dejarle un aprendizaje o tocar una fibra.

Al tener estos apartados claros podemos comenzar a pensar en cuáles van a ser las diferentes mecánicas que van a existir en nuestro juego, teniendo en cuenta lo siguiente:

- El desafío indica qué habilidades debe tener el jugador que se busca, no es lo mismo tener un juego que implique velocidad y reacciones rápidas a un juego que se base en la memoria, pues las destrezas necesitadas son distintas.
- La interacción define el tipo de jugador que nos vamos a encontrar, ya que las mecánicas pueden abrir o cerrar las puertas a dichas interacciones.
- El flujo es un elemento muy importante en cuanto a la dinámica del juego, puesto que hay un gran rango de variabilidad entre los juegos de decisiones rápidas y fluidos a los juegos más analizados y lentos.
- Por otra parte, el feedback define el arco narrativo y la curva de tensión. Esto ocurre porque existen mecánicas positivas que potencian lo que está pasando, como podría ser en el Monopoly; que el que va ganando siempre consigue más dinero y propiedades, o mecánicas de feedback negativo; dónde la propia partida va compensando lo que pasa en ella.
- Asimismo, es importante tener en cuenta cuál será la complejidad deseada en el juego, dependiendo del público objetivo.

Por último, podremos comenzar a idear cuáles serán los componentes que formarán el juego, no sin haber finalizado todos los apartados anteriores. Dentro de los componentes debemos tomar varias decisiones que van a influir en estos elementos y en la jugabilidad:

- El formato por el que optemos va a definir la portabilidad del juego. Por esta razón debemos tener en cuenta tanto el tamaño como la cantidad de componentes.
- Por otra parte, tenemos el despliegue (que afecta a la accesibilidad), ya que podemos encontrar una caja muy pequeña pero que tenga después un despliegue muy grande.
- Asimismo, es muy importante tener en cuenta la variabilidad y la rejugabilidad, es decir, probar el juego para ver que no se repitan las situaciones constantemente y así decidir si se necesitan más componentes, pero tampoco poner componentes de más.
- La estética es un apartado bastante importante, puesto que inicialmente los juegos entran por los ojos, pero además del atractivo la estética puede ayudar a la inmersión en la partida.
- Por último, debemos tener en cuenta la funcionalidad de los elementos que vamos a crear ya que esto afecta al flujo de juego.

Con todos estos apartados se consigue crear una buena experiencia de juego, un juego que funcione, que sea atractivo, divertido y que capte al público objetivo.





Fig. 7. Escuela vacía

3. Educación

3.1. Sistema educativo español actual

Uno de los intelectuales más influyentes de nuestra época, Howard Gardner; un psicólogo y catedrático de Harvard que ha sido galardonado con el Príncipe de Asturias de las Ciencias Sociales en 2011 y es el padre de las inteligencias múltiples, lleva tres décadas desarrollando una teoría que ha revolucionado la enseñanza y estando a cabeza de un grupo de investigación de Harvard sobre el aprendizaje de niños y adultos, llegando a la conclusión de que el modelo educativo actual está anclado en el pasado.

El sistema educativo en España a cambiado a lo largo de los años, pero no lo suficiente. El gobierno ha ido adaptando los diferentes sistemas de puntuación e incorporando la tecnología como suplemento a los libros tradicionales, pero esto son solo leves pinceladas, para que de verdad se pueda observar una diferencia en los alumnos, su motivación y sus calificaciones deberíamos hacer un cambio en la totalidad de la educación.

Esta afirmación la podemos apoyar en el hecho de que actualmente el sistema educativo español ocupa los últimos puestos del informe PISA; el cual evalúa de forma sistemática los conocimientos que mantienen los jóvenes, en más de 80 países, al acabar la Educación Secundaria Obligatoria, proporcionando de esta forma datos comparables que ayudan a mejorar las políticas de evaluación.

Esta situación se da puesto que el sistema esta mal diseñado y va variando según la ideologización del partido político que se encuentre al mando. Asimismo, es bastante obsoleto, pues su currículo y formas de organización siguen siendo las mismas que las de hace 100 años, lo que hace que mantenga unos resultados bastante preocupantes: con altas tasas de fracaso escolar y paro juvenil, una elevada cifra de analfabetismo funcional, una alta tasa de abandono escolar; ocupando el segundo puesto de Europa y, sobre todo, la incapacidad de mantener a los estudiantes motivados con su propio proceso de aprendizaje.

Asimismo, el sistema actual no apuesta por la creatividad y, por esta razón, no consigue extraer el 100% de los dotes de su alumnado ni de sus esfuerzos, sino que se desentienden de las habilidades que estos pudieran desarrollar y de las aptitudes más importantes de una gran parte de su alumnado, y es que, aunque muchas personas piensen que la creatividad esta simplemente relacionada con el arte, esta capacidad es fundamental para gran variedad de disciplinas; como podrían ser las matemáticas, las ciencias o la filosofía.

Este dato se refrenda en numerosas investigaciones que señalan como la creatividad de los niños va decreciendo a lo largo de los años durante su periodo escolar, según Petra María Pérez; catedrática de Teoría de la Educación y miembro del Instituto de Creatividad e Innovaciones Educativas de la Universidad de Valencia, durante los años de permanencia en el sistema educativo la curiosidad y búsqueda creativa de los alumnos se va desvaneciendo para dar paso

a comportamientos más rígidos, inflexibles y robotizados.

Esto ocurre puesto que los adultos siempre penalizamos el error, en cambio los niños, en sus edades más tempranas, no tienen miedo arriesgarse, improvisar y probar, aunque en el proceso se equivoquen, pues no experimentan ningún pavor al hecho de fallar. Los niños aprenden mientras crean y disfrutan de su propio proceso de aprendizaje, puesto que esta acción les genera cierta satisfacción personal, aumenta su autoestima y su seguridad en ellos mismos.

Este dato es importante porque equivocarse no significa exactamente tener creatividad, pero para esta es necesario innovar y es obvio que no puedes hacerlo si tienes un miedo que te frena. En su periodo educativo empiezan a ver como el error es estigmatizado y castigado, y es así como se alejan de sus capacidades creativas, comienzan a coger apatía al intentar nuevas actividades o aptitudes. En conclusión, el sistema educativo va matando lentamente la creatividad de sus propios alumnos, que en gran cantidad de casos forma parte fundamental de los pilares de como estos ven el mundo.

Por otra parte, según Robert Swartz, director del National Center for Teaching Thinking, un gran problema de la mayoría de los sistemas educativos actuales es que no enseñan a sus alumnos a razonar sino que se centran en la memorización, lo que hace que hoy en día entre un 90-95% de las personas no sepa pensar. España no es, ni mucho menos, una excepción en este sentido; nuestro sistema educativo se sigue basando

en la memorización, que cada vez es más irrelevante gracias a las tecnologías de las que actualmente podemos hacer uso y que procesan la información mucho más rápido que nosotros, por esta razón, como dice el líder mundial en sociología de la información y la comunicación, Manuel Castells (2018), la memoria humana ya no juega un papel primordial en los procesos de creación.

Los alumnos estudian sin entender nada, obedecen sin razonar y llenan sus mentes con conocimientos inservibles para su día a día. Todo esto hace que los jóvenes no tengan una opinión propia ni un pensamiento crítico.

Estos errores se basan en la idea pasiva que comparte gran cantidad de personas, y que Roberto Arrocha (1975) explica en su libro "Piensa, luego crea. Educa para disfrutar", de que aprender es simplemente adquirir ciertos conocimientos para luego poder replicarlos en las pruebas académicas, pero, de esta forma estamos obviando la capacidad de reflexión de los alumnos, su búsqueda de soluciones y dejando de fomentar la capacidad de adaptación de estos ante diversos problemas.

En conclusión y en específico en la época de primaria, podemos observar como el sistema educativo actual mantiene diferentes errores en sus bases; centrándose en la memorización y estandarización de los conocimientos, y organización; asfixiando a su alumnado con gran cantidad de deberes para más adelante realizar pruebas objetivas que no valoran la creatividad de estos o la curiosidad, sino la capacidad de

estudiar y aprender exactamente lo que dicta un libro texto, sin cuestionarlo siquiera. Es un sistema que está anclado en el pasado y en la asignación de castigos cuando no se consiguen captar los conocimientos en el tiempo marcado por los profesionales, de manera que los alumnos pierden las ganas y la motivación a la hora de estudiar.

3.2. Qué aptitudes se deben potenciar más según los profesionales

Muchos profesionales argumentan que lo más importante para mejorar los sistemas educativos es no solo trabajar la memoria sino fomentar el uso de la creatividad. Es muy importante tener en cuenta que estudiar no siempre significa aprender y que, además de los diferentes datos objetivos y aptitudes, que se encuentran en el currículum escolar, los alumnos deberían trabajar la tolerancia a la frustración, la aceptación de los problemas y la adaptación a las diferentes circunstancias que se puedan encontrar a lo largo de sus vidas.

Apostar por un aprendizaje vivencial, creativo y con mucha mayor flexibilidad conseguiría un gran cambio en los resultados obtenidos. Esta modificación haría que los niños volvieran a disfrutar aprendiendo y lo hicieran, sobre todo, mediante la experimentación, la vida y el juego.

Asimismo, debemos tener en cuenta que, gracias a las máquinas y tecnologías actuales, que procesan la información más rápido, como ya hemos comentado anteriormente, lo más importante que le queda

al humano es su capacidad de generar nuevas ideas y proyectos, de poder innovar, experimentar y tener autonomía.

En cambio, la educación actual está centrada en trabajar únicamente elementos como el análisis, la razón y la secuencia uno a uno; que se encuentran en el hemisferio izquierdo de nuestro cerebro, pero las mejoras que recomiendan los profesionales, adaptadas a estos nuevos tiempos, se encuentran más relacionadas con el hemisferio derecho; que tiene que ver con la creatividad, la imaginación, los sentimientos, las emociones, etc.

Por otra parte, se debe empezar a cultivar el pensamiento crítico, que consiste en analizar y evaluar la conciencia de los razonamientos, es una aptitud muy importante para la creación de diferentes estructuras mentales que nos hagan crecer como persona. Esta capacidad nos ayuda a contar con una mayor seguridad a la hora de discernir entre diferentes informaciones que podemos recibir a través de los medios de comunicación y a no dejarnos manipular fácilmente.

Para poder mejorar en este sentido hay que comenzar a alejar el sistema educativo de la repetición literal de lo escrito en el libro o la opinión del maestro, haciendo que el propio alumnado cuente con estrategias para ser más protagonista de su propio proceso de aprendizaje. Esto se puede conseguir, por ejemplo, mediante realización de debates, la utilización del aprendizaje basado en problemas, la creación de mapas mentales, asambleas, etc. Todo esto favoreciendo al aprendizaje autónomo y al desarrollo del



pensamiento propio, sin dejar de lado determinados conocimientos necesarios y esenciales.

3.3. Cómo se pueden llevar estos cambios a cabo

Cambiar un sistema educativo al completo es un proceso bastante largo y complejo, pero se pueden ir realizando diferentes variaciones más pequeñas a lo largo del tiempo. Quizás el sistema educativo español con el simple hecho de dejar que los alumnos tuvieran más espacio para explorar, experimentar y soñar podría observar una gran mejora.

Hay estudios que destacan como el juego puede constituir una herramienta innata en el proceso de aprendizaje, puesto que supone una interacción constante con el entorno que les rodea y con otras personas. Es evidente, que los niños no juegan con la intención de aprender, pero lo hacen de manera más o menos consciente, por consiguiente, sería interesante pensar en un modelo educativo donde la transmisión de contenidos se sustentara, en una parte, por juegos pedagógicos.

Es importante tener en cuenta que un factor esencial, a la hora de conseguir que los alumnos tengan interés en aprender, es que se encuentren motivados y, en este sentido, los juegos son una gran solución puesto que ayudan a captar y mantener su atención. Asimismo, los alumnos deben ser capaces de poner en práctica una larga lista de procesos; como identificar, reconocer, explicar, deducir o crear, los cuales no pueden practicar memorizando conceptos teóricos o

leyendo un libro de texto. Por esta razón, los juegos son la herramienta ideal para reforzar los conceptos estudiados y llevarlos al lado más práctico, favoreciendo el desarrollo cognitivo y afectivo; al reforzar las habilidades sociales y la solución de conflictos, ayudando a su vez a estimular en el aula el compañerismo y el trabajo en equipo.

Por todas estas razones, los expertos en pedagogía sostienen que los juegos son una de las mejores herramientas para ayudar en el proceso de aprendizaje y el desarrollo físico y emocional, siendo capaz de proporcionar placer y felicidad durante su trascurso y ayudando a los alumnos a aceptar y aprender de sus errores.

Actualmente, existen diferentes técnicas de aprendizaje, reconocidas por las instituciones educativas, con las que podemos comprobar que el uso de juegos en las aulas funciona y que estas metodologías ayudan a fomentar la motivación y participación de su alumnado, entre otras cuestiones. Hablamos del aprendizaje basado en juegos o ABJ (GBL en inglés) y la ludificación (o gamificación), que es una técnica que consiste en trasladar la mecánica usada por los juegos al ámbito educativo-profesional.

Estos modelos de aprendizaje van ganando cada vez más terreno puesto que se caracterizan por tener un carácter lúdico que consigue que sus alumnos estudien e interioricen los conocimientos de una forma divertida, lo que consigue que asocien su proceso educativo con una experiencia más positiva que la que mantienen actualmente.

En definitiva, incluir el uso de juegos en el sistema educativo ayudaría a que el alumnado estuviera más motivado a la hora de estudiar, además de que fomentaran su desarrollo cognitivo, afectivo-emocional, social y psicomotor. Asimismo, este tipo de modelo de aprendizaje ayuda a mejorar la autoestima de los alumnos, incentivándoles a superarse a sí mismos.

Es importante comentar que a lo largo de este apartado me he retroalimentado con el trabajo de un compañero de la facultad de educación.

4. La competencia

Es evidente el hecho de que existen gran cantidad de juegos de mesa en la actualidad, pero es interesante analizar cuantos de estos tienen algún componente educativo y, en tal caso, para que edades se encuentran enfocados.

Realizando una búsqueda mediante diversas páginas webs y en las tiendas de juegos de la zona hemos podido tomar una muestra de que tipo de juegos didácticos encontramos actualmente en el mercado para así poder examinar sus características principales, componentes y funcionalidad en un aula.

Para ello hemos seleccionado algunos de estos:

4.1. Clementoni

Submarca: Jugando Aprendo

Se trata de una marca especializada en los juegos didácticos incluyendo juegos desde los 0 meses a los 12 años, según la línea seleccionada.

Cuenta con una página web (<https://www.clementoni.com/es/>), pero en ella no se explica nada de los juegos, es decir, como se deben jugar o donde se puede adquirir el producto. Aunque, es interesante remarcar que en cada juego escriben los valores educativos desarrollados.

Usan un elemento llamado “boli interactivo” con gran frecuencia, además de puzzles y sus packagings son principalmente rectangulares o cuadrados, formándose por cajas de cartón impresas con gran cantidad de ilustraciones sobre el juego interior. En su submarca jugando aprendo se hace uso de una bandera roja con la tipografía de este apartado en blanco o, por el contrario, una bandera blanca y la tipografía en rojo y azul.

En cuanto a su IVC, cuentan con un imagotipo azul (cobalto o Pantone 293C) y naranja (Outrageous orange o Pantone 7416C) con el uso de una tipografía palo seco geométrica similar a la Quinoa Round Ul-trabold, con diversas variaciones.

Un ejemplo de los juegos que podemos adquirir en esta empresa y que serían competencia directa es “Escuela primaria” (fig. 9):

- Componentes tangibles: Hace uso de fichas, ilustraciones, diferentes niveles de dificultad separados por colores, puzzles, etc.



Fig. 9. Juego “Escuela primaria” de Clementoni



Fig. 10. Juego "Lectron primer ciclo de Primaria" de Diset

- Este juego se divide en 3 partes: 2º de primaria; cuenta con fichas para practicar la escritura (en mayúscula, minúscula y cursiva), puzzles para ayudar a la comprensión de formas/conjuntos y para ayudar a asociar las palabras con su significado (mediante ilustraciones); 3º de primaria; con pequeños puzzles para ayudar a comprender mejor los números, conceptos básicos de matemáticas y la sucesión de acciones; y 4º de primaria; con un juego de cartas con preguntas de diferentes ámbitos, un crucigrama en inglés (con la ayuda de formas en cada letra) y un juego para asegurarse que los niños saben diferenciar los distintos tipos de alimentos. Como se puede observar, no se centra en un curso en específico, ni tan siquiera en un ciclo académico.

Los juegos de esta marca, en general y según lo observado tras investigar, son juegos que con dificultad se pueden utilizar en un aula, a no ser que se cuente con un gran número de fichas que se puedan repartir. En ellos no se suele usar la colaboración ni la competitividad, son ejercicios personales y algo repetitivos, es decir, después de haberlos realizado una vez el alumno no tiene porque tener la necesidad o las ganas de volver a realizarlos.

4.2. Diset

Submarca: Jugando aprendo

Es una empresa que mantiene gran cantidad de juguetes educativos pero a su vez tienen juegos de otros ámbitos, por lo que no están especializados.

Cuentan con página web donde separan los tipos de productos que tienen por categorías. Tiene un tipo llamado Lectron muy similar al "boli interactivo" anteriormente nombrado, usan puzzles y mini libros para aprender palabras. Por lo general, se centran en niños de edades más pequeñas.

Sus packagings son principalmente rectangulares o cuadrados, tratándose de cajas de cartón impresas con gran cantidad de ilustraciones. Asimismo, se usa una banda de color donde se especifica el nombre del juego. Para la submarca "yo aprendo" se emplea una franja verde en la parte superior, con las tipografías en blanco y una pequeña explicación del juego.

En cuanto a su IVC, podemos contemplar un logotipo en negro y rojo (KU Crimson o Pantone 485C), con tipografía palo seco geométrica, similar a la VAG Rounded Next black

El juego "Lectron primer ciclo de Primaria" (fig. 10) nos puede servir de ejemplo para comprobar como funcionan sus productos:

- Componentes tangibles: Tableros con frases e ilustraciones que se basa en asociar preguntas y respuestas con los dos correspondientes "cables", se encenderá una luz cuando este correcto.
- El juego Lectron Primer Ciclo De Primaria cuenta con diferentes temáticas escolares de Primero y Segundo de Primaria (primer ciclo, 6-8 años). Cuenta con 12 temas ilustrados con un total de 360 preguntas sobre las asignaturas de: Lengua,

Matemáticas, Inglés y otros temas que realizan durante esta etapa escolar.

Es un juego pensado de manera personal, pues no se pueden tener varios jugadores a su vez.

4.3. Cayro the games

Se encuentran especializados en juegos didácticos.

Cuentan con página web donde separan los tipos de productos que tienen, un apartado donde explican como jugar cada uno y otro para los profesores, que cuenta con un curso de aprendizaje basado en juegos. Además de una tienda online.

En cuanto al packaging, principalmente rectangulares o cuadrados, al igual que las anteriores empresas, usa cajas de cartón impresas con ilustraciones o fotografías sobre el juego interior.

Su IVC se basa en un logotipo en negro, amarillo (USC Gold o Pantone 7549C) y rojo (Firebrick o Pantone 7621C) con tipografía palo seco geométrica y uso de líneas curvas y trazos ligeros

4.4. Ciudades en juego

Esta marca de juegos está especializada en juegos de cartas sobre la historia, pensados para usarse con niños de forma didáctica en el aula.

Cuentan con una página web donde se pueden observar los 8 tipos de barajas que tienen, además de

una tienda online y diversos recursos didácticos.

El packaging que utilizan es de cartón, con forma rectangular, adaptada a las cartas interiores. Asimismo, cuenta con un diseño bastante simple, usando la ilustración de diferentes familias reales y la selección de 1 color diferente para cada baraja. Por otra parte, sus cartas interiores usan la diversidad completa de colores que se puede observar en el logotipo.

Por último, en cuanto a su IVC, cuentan con un logotipo con uso de gris oscuro (onyx) y diversa cantidad de colores. Además, se realiza un juego visual con el peso de las diferentes palabras.

4.5. Devir

Esta compañía no está especializada en los juegos educativos, pero mantiene un apartado “home academy” que se trata de una academia virtual de aprendizaje para familias, basada en juegos de tablero, en este explican que juegos de su marca existen para los diferentes años y que factores se trabajan en ellos.

Sus packagings destacan por el uso de cartón con gran variedad de formas, normalmente completamente impresos con ilustraciones varias.

Mantienen un logotipo en azul (dark slate blue o pantone 7687C) y blanco, usado normalmente en formato vertical y con tipografía palo seco.

Un juego que podemos destacar dentro de su abanico de productos es “Fantasma Blitz”

Fig. 11. Juego “Fantasma Blitz” de Devir





Fig. 12. Juego "El monstruo de colores" de Devir

- Componentes tangibles: Cartas y objetos 3D.
- Como se juega: Uno de los jugadores debe coger una carta y colocarla bocarriba, esa carta indicará un objeto, el jugador que lo coja más rápido se quedará con ella. Gana el que más cartas tenga al terminar el mazo.

Aunque no se trate de un juego pensado para la educación este puede ser un gran ejemplo y referencia, pues ayuda a trabajar los reflejos y la psicomotricidad de los niños.

Asimismo, otro juego a destacar sería "el monstruo de los colores" (fig. 12)

- Componentes tangibles: Tablero con dado personalizado y figuras/fichas
- Se trata de un juego cooperativo en el que el alumnado a partir de cuatro años debe recoger las fichas con las distintas emociones y depositarlas en el tarro que corresponda. En ese momento, el estudiante tiene que expresar con alguna palabra lo que le hace sentir esa emoción (alegría, tristeza, ira...). De este modo, se 'ordenan' las emociones y los más pequeños aprenden a identificarlas. Es un juego ideal para ayudar a los más pequeños a comprender, expresar y manejar sus emociones.

4.6. Blauberry

Esta marca no está especializada en juegos educativos, además de ser una marca bastante reciente,

pues actualmente han sacado solo 5 juegos, no cuenta con página web propia (solo una pequeña página en Facebook y twitter) y sus juegos se centran de los 7 años en adelante.

Sus packagings son cuadrados, de cartón y totalmente impresos con ilustraciones.

Su identidad visual corporativa se basa en el uso de un logotipo con un degradado violeta en la caja inferior (del color Regalia o Pantone 7680C al Space Cadet o Pantone 274C) y blanco con uso de tipografías palo seco similar a la Hawkwes Light Wide y otra propia con un mayor peso visual y diferentes elementos ornamentales.

Esta marca fue seleccionada puesto que consideré que el juego "Faraway" podría ser un buen ejemplo para la creación de este proyecto.

- Componentes tangibles: Cartas (8 de personajes, 20 de realidad y 40 de fantasía), tablero y fichas de personaje.
- Esta pensado para personas de a partir de 10 años. El propósito es que los niños sean capaces de construir su propia historia, formada por 6 capítulos, para lo cual deben recurrir a diferentes cartas. Esto les va a permitir trabajar y desarrollar sus habilidades lingüísticas, así como la capacidad de narración, pues tendrán que proponer ideas y sugerir hacia donde se enfoca la historia que tienen que completar.

Es un juego perfecto con el que trabajan de forma espontánea y para el cual se podrían formar grupos para así fomentar la colaboración y el compañerismo.

4.7. Mercurio

Esta marca no está especializada en los juegos educativos, pues cuentan también con Party games y juegos en familia, pero tienen un apartado de "Mercurio en mi clase" donde hablan de diferentes talleres especializados en el aprendizaje basado en juegos, además de una actividad al estilo "escape room" y algunos recursos didácticos.

Cuentan con página web propia donde se puede observar su amplio catálogo separado por secciones y realizar compras online.

Sus packagings son principalmente de cartón con diversas formas, siempre impresos en su totalidad con ilustraciones.

Asimismo, cuentan con un imago tipo en rojo (fire engine red o Pantone 7626C) y negro con uso de tipografía palo seco y formas geométricas

Un ejemplo de los juegos que podemos encontrar en esta compañía sería "Kaleidos Junior"

- Componentes tangibles: Ocho tableros con ilustraciones, ruleta, fichas y reloj de arena
- Este juego nos ayuda a trabajar la agudeza visual. En cada uno de los diferentes tableros se

muestran varios objetos y la mecánica del juego consiste en encontrar rápidamente los objetos de una categoría, que es determinada aleatoriamente mediante una ruleta. El jugador que logre conseguir el mayor número de objetos correctamente durante toda la partida será el ganador. Además, es posible adaptar el nivel de dificultad para cada nivel educativo.

Es un juego interesante para usarlo en el aula pues al contar con varios tableros se pueden realizar grupos y el profesor girar la ruleta para determinar que deben buscar todos.

4.8. Thinkfun

Mantiene juegos educativos para agudizar la mente y aprender jugando, pero no están ideados para utilizarlos en un aula.

Cuentan con página web propia donde se pueden ver sus diferentes tipos de juegos y sus packagings son de cartón completamente impreso, con formas cuadradas y rectangulares, aunque en alguna excepción se usan elementos curvos o cajas con cortes que muestran el elemento interior y plástico encapsulado.

Su isologo es de colores azul (degradado de celestial blue o Pantone 298C asapphire blue o Pantone 307C), amarillo (dark tangerine o Pantone 1235C); con luces en un tono más claro (wheat o Pantone 7499C) y blanco con uso de formas curvas y geométricas

Fig. 13. Juego "Kaleidos junior" de Mercurio





Fig. 14. Juego "Emoticapsules" de Miniland

4.9. Miniland

Es una marca centrada en los juegos educativos. En su página web se puede seleccionar que tipo de juego deseas buscar según las inteligencias múltiples que se quieran trabajar, además de las inteligencias destacadas. Asimismo, cuentan con una plataforma educativa con juegos digitales e imprimibles.

Su packaging suele usar cartón y plástico usando impresiones o recortes en el cartón que deja observar los productos internos.

En cuanto a su logotipo, destaca el uso del color cálido (coral red o Pantone 1787C) con uso de una tipografía palo seco geométrica.

Un juego que me gustaría destacar de esta empresa es "Emoticapsules".

- Componentes tangibles: Cápsulas de las emociones y papeles de objetos representados mediante ilustraciones.

- Con ayuda de este juego los estudiantes de corta edad, entre los 2 y los 6 años, pueden identificar y expresar sus emociones y estados de ánimo con el fin de aprender a gestionarlas. Está indicado para jugar en familia y su funcionamiento es muy sencillo: cuenta con 6 cápsulas que representan a las emociones básicas (alegría, tristeza, miedo, enfado, asco y sorpresa), en las que los jugadores tienen que ir metiendo objetos que se relacionen con esa emoción, además de explicar la razón. De

esta forma, los estudiantes verbalizan sus sentimientos y los docentes pueden empatizar con sus emociones.

4.10. Mindware

No es una marca centrada en la educación, además, cuenta con una página web propia muy grotesca, con algunos recursos educativos.

En general, su packaging es de cartón totalmente impreso con ilustraciones y/o fotografías, en formas cuadradas o circulares. Aunque también se usan diversas bolsas de tela en algunos de los productos.

Cuentan con un imago tipo en naranja (persimmon o Pantone 166C) y blanco con tipografía palo seco y un símbolo representando un niño con cerebro de laberinto.

4.11. Mattel

Esta empresa no se centra en juegos educativos, pues cuenta con marcas como Barbie, hot wheels o Uno.

Cuenta con una página web y sus packagings son muy diversos, pero en ellos se usan el cartón impreso y, en algunos casos, el plástico transparente.

Dependiendo del juego podemos observar su imago tipo antiguo en un color rojo con subtonos rosados (Rose madder o Pantone 1788C) y negro, el uso de un símbolo, en forma de letra M con cara y una tipografía palo seco en minúsculas, o su nuevo isologo, donde la tipografía ahora hace uso de mayúsculas y mantie-

ne un aspecto circular y limpio con un tono rojo (KU Crimson o Pantone 185C)

4.12. Pressman Toys

Esta marca no está centrada en los juegos educativos. Cuenta con una web donde se ven que juegos tienen y donde pueden comprarse y, a diferencia de la mayoría de empresas analizadas anteriormente, esta no cuenta con ninguna mención a la educación.

En cuanto a sus packagings, podemos destacar el uso de cartón con formas cuadradas y rectangulares ,completamente impresos con ilustraciones.

Por otra parte, cuentan con un logotipo rojo (red pigment o Pantone bright red C) con uso de tipografías palo seco geométricas y un símbolo en el interior de la letra P. Asimismo, se juega con el peso de las tipografías y con el uso de minúsculas y/o mayúsculas.

Un juego que interesante para destacar es “Sequense for Kids”.

- Componentes tangibles: Unas cartas con ilustraciones y un tablero con esos mismos dibujos, más fichas.
- Como se juega: Cada jugador irá robando una carta en cada turno, y marcándolas; si consigue cuatro consecutivas, gana. La clave de este juego es que también pueden quitarle las fichas de su oponente, e incluso hay comodines que permiten colocarlas donde quieran.

El mecanismo permite trabajar el razonamiento lógico y elaborar el pensamiento anticipado y la estrategia, aunque no es ideal para grandes grupos.

4.13. Gamewright

No es una marca enfocada en los juegos educativos. Cuenta con una página web donde se pueden observar los juegos que ofertan junto a una breve explicación de ellos, con las aptitudes que estos refuerzan y donde poder comprarlo.

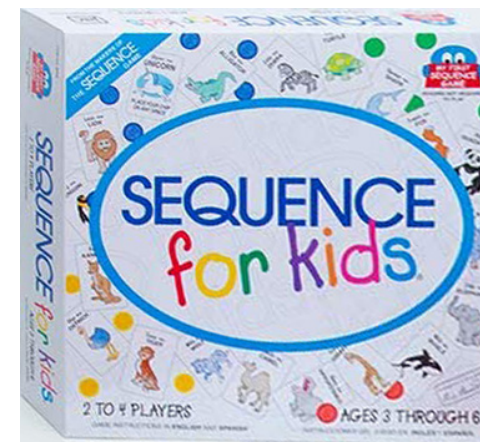
Sus packagings son de cartón o metálicos, totalmente impresos con el uso ilustraciones y composiciones tipográficas.

En cuanto a su IVC, esta se encuentra conformada por un imagotipo en el cual destaca el símbolo gráfico. Se observa el uso de la variación de minúsculas y mayúsculas dentro de una misma palabra y una tipografía parecida a la VVDS Minorca Sans. Además, la gama cromática escogida para esta identidad es bastante extensa: azul (cyan process o Pantone 306C), verde (June bud o Pantone 380C), violeta (Deep lilac o Pantone 2587C), amarillo (banana yellow o Pantone 115C) y blanco, con la tipografía y las líneas en un azul oscuro-violeta (violet-blue o Pantone 7687C).

4.14. Falomir juegos

Esta empresa que cuenta con varios estilos de juegos, entre ellos un apartado de la sección educativa que cuenta con 29 productos.

Fig. 15. Juego “Sequense for kids” de Pressman Toys



Tienen una página web donde se pueden observar sus productos según las categorías, con un apartado para docentes en el que pueden encontrar diferentes fichas pedagógicas, de cada uno de los juegos, donde se explican las competencias clave que se trabajan, las áreas curriculares, las habilidades y el nivel educativo seleccionado.

Sus packagings no destacan en frente de la competencia, pues usan cartón con formas cuadradas o rectangulares totalmente impresos con ilustraciones varias.

Por otra parte, podemos observar un isologo en colores rojo (médium Candy Apple red o Pantone 185C) y azu (start command blue o Pantone 300C). La tipografía es muy similar a la Expresa TD Bold con diferentes variaciones

4.15. Educa

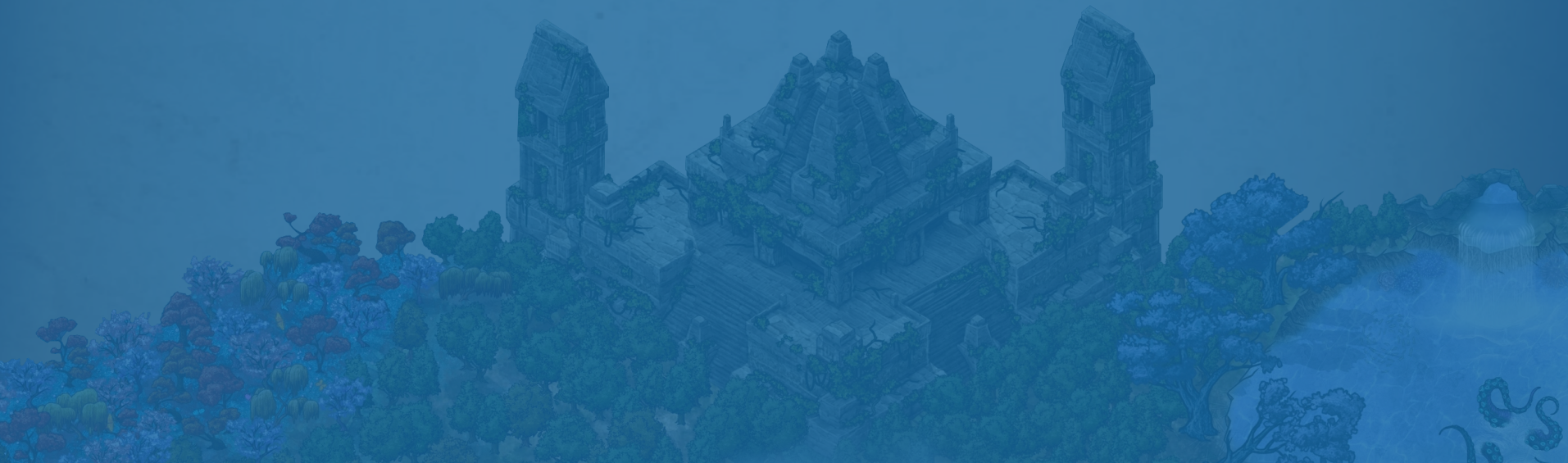
Esta marca no está especializada en juegos educativos, pero si tiene diferentes productos con este fin. Mantiene una pagina web junto a “borras” (<https://www.educaborras.com>) donde podemos observar los diferentes juegos según las categorías o edades y dentro de estos una breve descripción.

Sus packagins también son de cartón, con formas cuadradas o rectangulares y totalmente impresos con el uso de fotografías o ilustraciones.

Por último, en cuanto a su IVC podemos contemplar un isologo en rojo (red pigment o Pantone 485C),

naranja (Princeton orange o Pantone 144C), negro y blanco con símbolos de diferentes figuras humanas, suponemos que niños, dándose la mano a modo de círculo.

Fase de ideación | 2



Primeros acercamientos

1. Planificación

Tras terminar de realizar la investigación se concluyó que existía una oportunidad en el mundo de los juegos educativos, a falta de asignar el público objetivo, es decir, el curso formativo para el que estaría destinado este proyecto. Para ello, se realizó un exhausto análisis de gran variedad de juegos que se encuentran en el mercado (fig. 16), consiguiendo crear un esquema con el que se pudo razonar de manera objetiva el sector adecuado en el que había que centrarse: el tercer ciclo de primaria.

La gran mayoría de juegos se centran en las edades más tempranas, pues cuando los niños empiezan a crecer en los colegios dejan de trabajar ese lado dinámico y lúdico, en cambio, comienzan a tener una educación más clásica y tediosa. Por ello existen muy pocos juegos educativos pensados para edades superiores de nueve años, lo que nos construye una oportunidad de mercado.

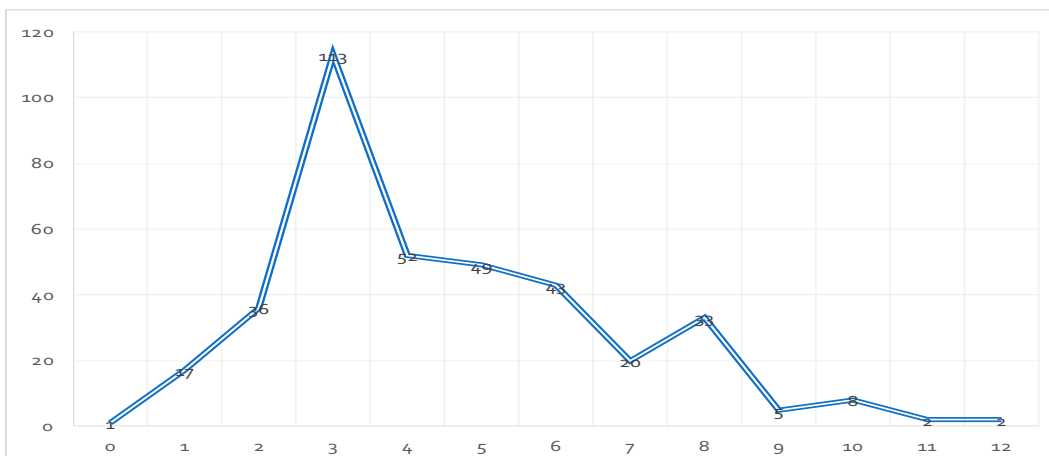
Después de tener este apartado decidido se comenzó a crear un plan de actuación para llevar a cabo el proyecto, en el que se consideró relevante completar los siguientes puntos:

- Crear una marca dedicada a la realización de juegos educativos que se utilicen en las aulas, es decir, que puedan ser usados por grandes núme-

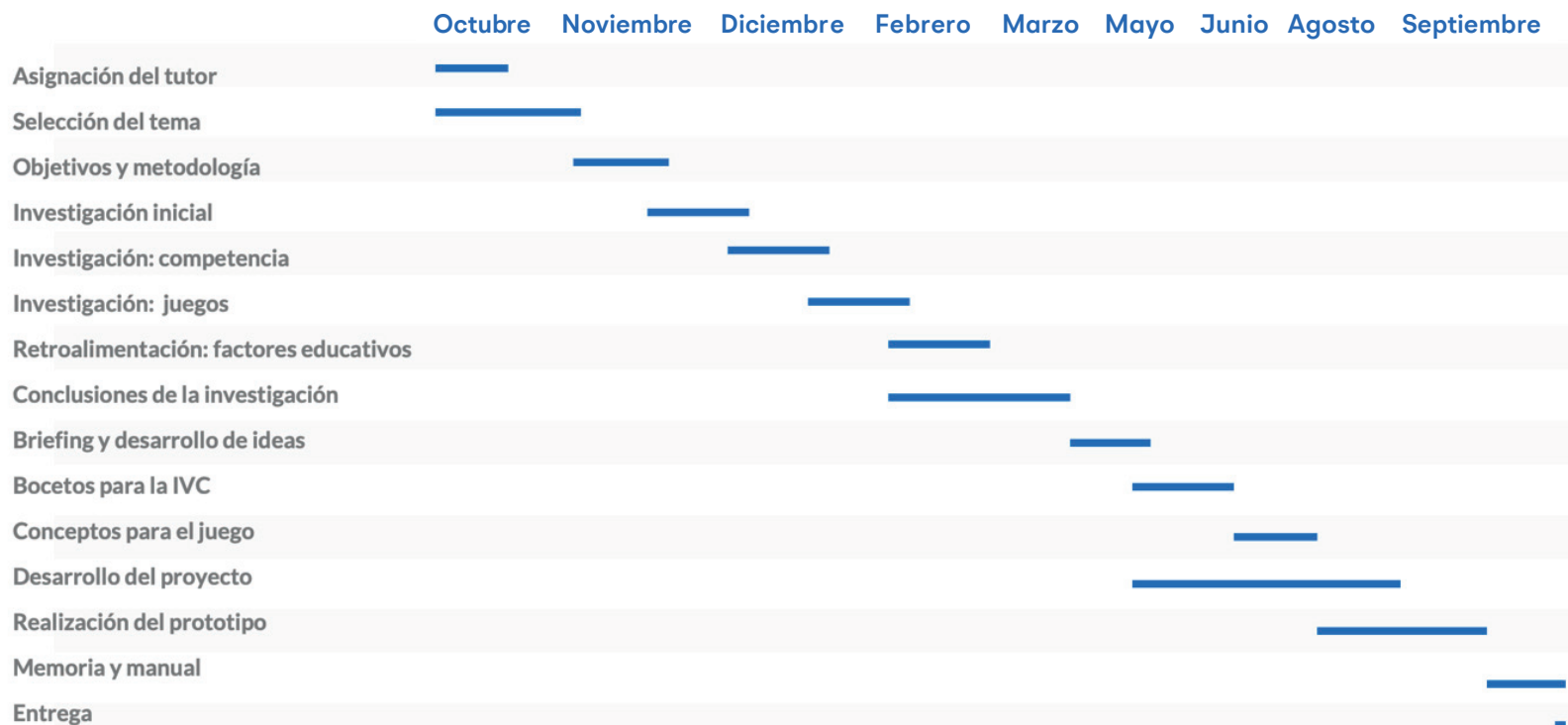
ros de personas y se puedan adaptar a diversos entornos.

- Completar un manual de identidad visual en el que se explique cómo se debe utilizar dicha marca y cuáles son sus aplicaciones en diversos escenarios.
- Realizar un juego educativo que se centre en la inmersión de los alumnos en una historia apasionante, para así captar su atención y que estos puedan disfrutar mientras repasan los contenidos de las asignaturas.

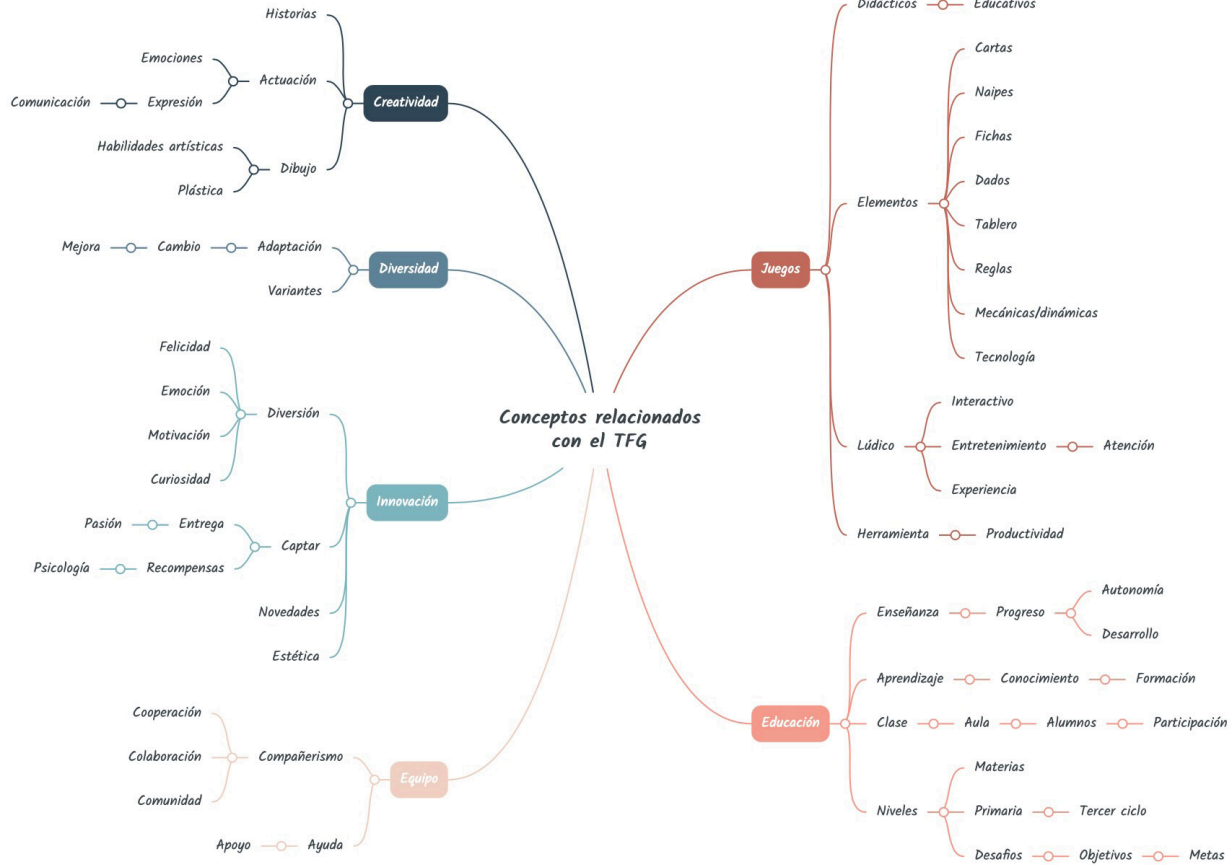
Fig. 16. Gráfico en el que se representa la cantidad de juegos según la edad, donde el eje "x" representa los diferentes años y el eje "y" la cantidad de productos existentes



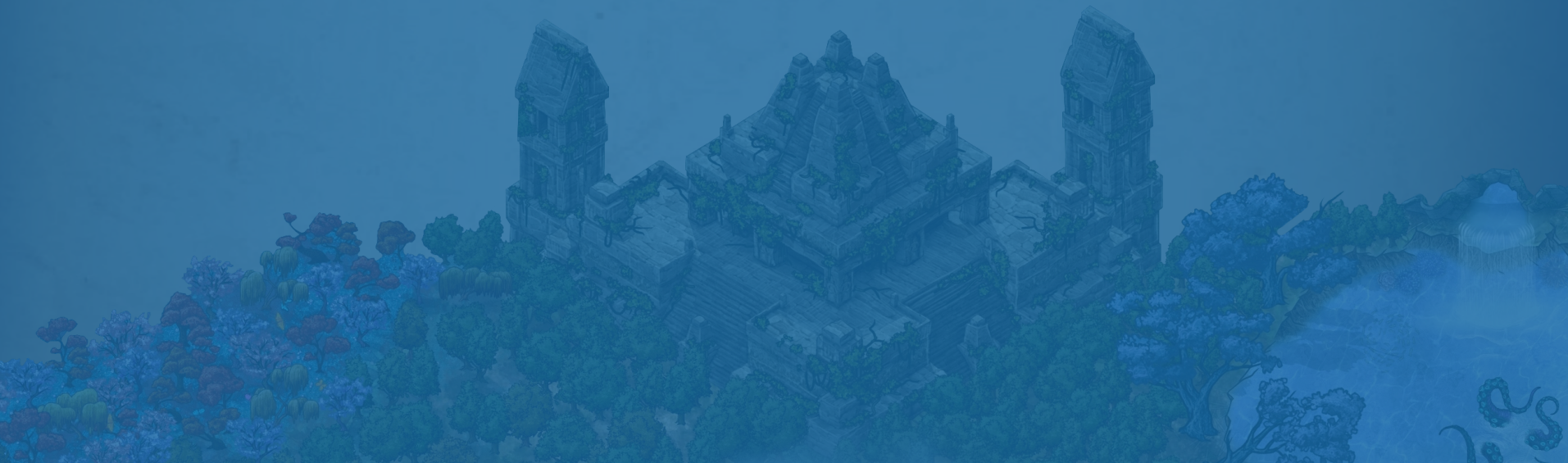
2. Cronograma



3. Mapa mental



Fase de formalización | 3



Desarrollo del proyecto

1. Planteamiento del problema

1.1. Briefing

En primer lugar me dispuse a rellenar un formulario de *briefing* con el que pretendía crear un marco claro de donde se va a situar el proyecto y que aspectos debemos tener en cuenta a lo largo de la creación de este, concluyendo en los siguientes apartados:

- La empresa
 - » Puesto que las otras marcas que crean este tipo de productos suelen estar enfocadas en un rango de edad bastante menor y en juegos pensados para ser utilizados por grupos pequeños. Nuestra empresa se va a distinguir de su competencia por apostar por la creación de juegos didácticos pensados para emplearse en las aulas escolares, es decir, en grandes grupos y por lanzar su primer juego pensando en un rango de edad mayor, el tercer ciclo de la educación primaria.
 - » Asimismo, para poder adaptarse de la mejor manera a todas las distintas situaciones que se pueden dar dentro de un aula, serán juegos que tendrá la posibilidad de ser adaptados por los profesores pudiendo crear sus propias tarjetas.
- Los productos
 - » La idea de esta marca es facilitarles el trabajo a los docentes y ayudar a los diferentes niños a sentirse parte de su proceso de aprendizaje, divirtiéndose durante este y creándoles una sensación de motivación y ganas de mejora, lo que mejorará el rendimiento.
 - » Se crearan juegos de mesa que unificarán los elementos físicos y los digitales, para poder adaptarse a todo número de personas y tener la capacidad de ser modificado por el tutor, con la intención de acercarse lo máximo posible al nivel y dificultades que mantengan sus alumnos. Asimismo, el juego tendrá una temática general que consiga que los niños tengan una completa inmersión en él.
 - » Se espera acabar teniendo una gran gama de productos que completen, mínimo, todo el periodo lectivo obligatorio.
- La imagen
 - » Al ser una empresa que va tratar un gran rango de edad y quiere conseguir facilitar el cambio en el sistema educativo, su imagen debe mostrar estos aspectos, manteniendo una estética juvenil, dinámica e innovadora.

2. Desarrollo de la empresa

Una vez definidas las bases en las que se debe asentar la compañía se comienza el proceso de naming y creación de su IVC. Este apartado es esencial puesto que es la forma en la que el público va a poder identificar nuestra marca y, por ello, debe conseguir transmitir los valores más importantes para la empresa a la vez que captar al público adecuado.

En el apartado de investigación se realizó un análisis de la competencia, centrado en los productos que estos ofrecían, las herramientas divulgativas que mantenían y las partes esenciales de su IVC. Se consideró oportuno indagar en estos aspectos, como las tipografías utilizadas, los iconos y los colores seleccionados, ya que forman parte de un apartado esencial a la hora de realizar los diferentes brainstormings y propuestas de diseño, ya que se busca crear una marca única pero que se asocie fácilmente con el sector en el que se encuentra.

Gracias a toda la información recabada pude concretar como la tipografía palo seco era prácticamente unánime en todas las empresas analizadas y que en su gran mayoría decidían decantarse por la utilización de logotipos o, en caso de encontrarnos con algún isotipo o imagotipo, el uso de elementos relacionados con partes del cuerpo humanas.

Por otra parte, para poder analizar en mayor medida el apartado de la paleta cromática se decidió realizar el uso de un círculo cromático (fig. 20), comprobando como las empresas se situaban en dos sectores prin-

cipales: los colores cálidos, destacado por elecciones como el rojo y naranja, y los colores fríos, destacado por el uso del azul.

Al conocer todos estos apartados técnicos y gráficos de nuestra competencia directa podemos concretar más fácilmente el punto de partida de nuestra propia IVC.

Fig. 19. Círculo cromático de diferentes packagings usados por la competencia



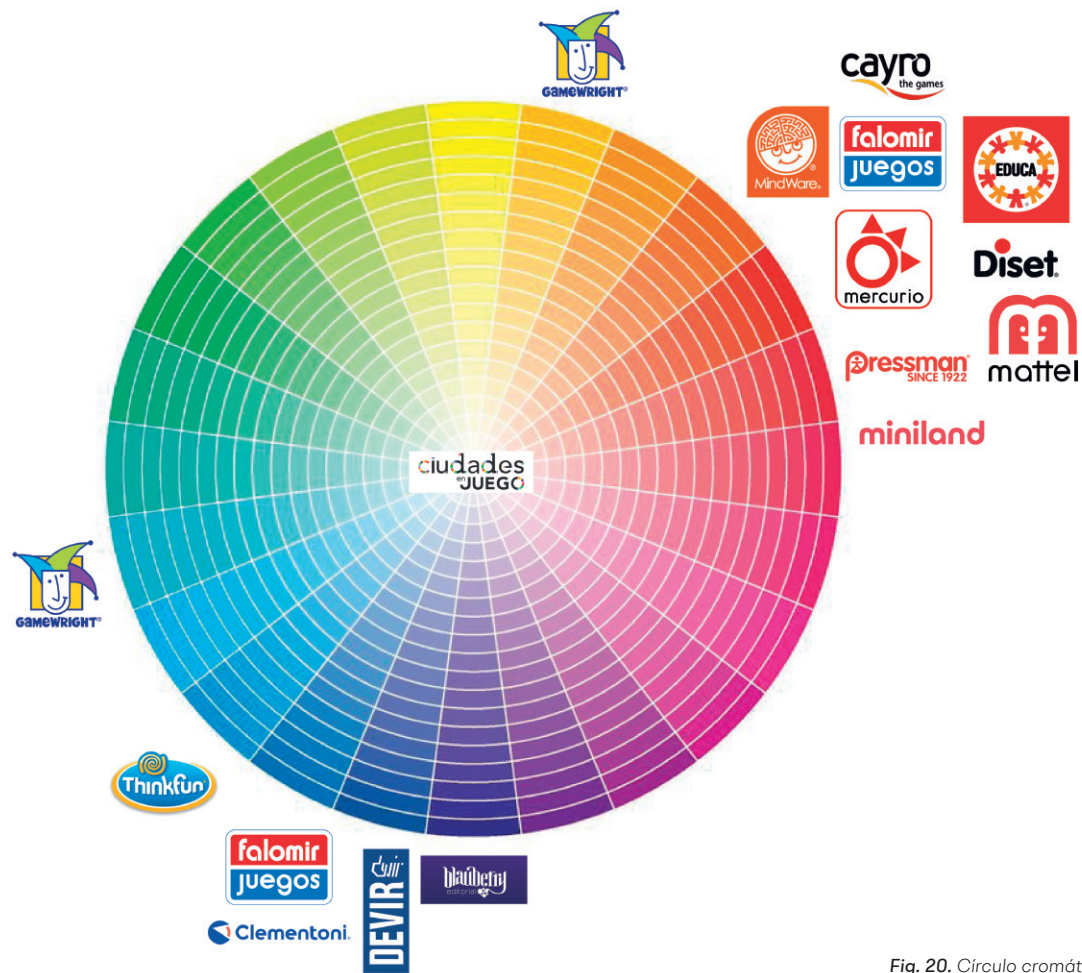


Fig. 20. Circulo cromático de las IVC de la competencia

FASE DE FORMALIZACIÓN



Fig. 21. Lluvia de ideas para el naming de la empresa

2.1. Naming

El *naming* es un paso fundamental en el proceso de creación de una marca, pues dota a esta de significado y es su forma esencial de identificación. Por ello, debemos asegurarnos siempre de que la selección que realicemos transmita los valores adecuados, además de tener en cuenta que debe ser reconocible y fácil de recordar.

Para ello en primer lugar realicé una lluvia de ideas (fig. 21) con diferentes conceptos relacionados con el sector al que hacemos referencia y las características principales que deseamos que mantengan los productos que ofrezcamos. Este fue un proceso bastante largo en el que fui descartando diversas ramificaciones e intentando indagar en otras, para conseguir tener una idea completa de todas las opciones que nos podría obsequiar esta empresa.

Un factor muy importante en esta decisión fueron los objetivos y promesas que mantienen los productos que se van a diseñar, se busca crear una empresa de juegos didácticos que ayude a los jóvenes a encontrar una forma diferente de aprender y repasar sus materias, parando así la asociación que existe entre la educación y el aburrimiento o la obligación, buscando que el aprender se convierta en un placer más. Se propone conseguir este objetivo mediante el uso de la experiencia y las acciones, haciendo que los alumnos sean partícipes en su propio proceso de aprendizaje.

Asimismo, otro factor muy importante es el hecho de que los juegos puedan ser modificados por los profes-

sores, pues este es un rasgo esencial para que pueda funcionar correctamente en las escuelas y se adapte correctamente a cualquier tipo de escenarios, teniendo en cuenta las diferentes velocidades de aprendizaje de los alumnos y los diversos problemas que estos puedan mantener.

Se realizaron diversas propuestas de naming que se acabaron rechazando, algunas puesto que consideré que eran asociaciones muy básicas, otras porque tras analizar la pronunciación en español dejaban de mantener el atractivo y en algún caso porque sus referencias conllevaban mucha complejidad para ser entendidas por el público genérico:

- EducAcción, unión de la palabra educación y acción
- BeGame, que se puede traducir como sé el juego, puesto que formas parte de tu propia educación, y también como empezar
- Chameland, idea que hace referencia a la posibilidad de adaptación de los diversos juegos que se van a crear
- Planeta Alejandrita, esta propuesta mantiene la premisa anterior, teniendo en cuenta que la alejandrita es una piedra preciosa conocida como la piedra de la transformación
- Funay, unión de la palabra fun y play
- Plaim, unión de la palabra play y aim

Finalmente, decidí seleccionar la referencia de la adaptación como esencia del naming de la empresa, puesto que es una característica que hace que nuestros juegos sean únicos, diferenciándonos de la competencia y convirtiéndolos en el ingrediente perfecto para cualquier docente que quiera dar un mayor dinamismo a sus clases.

La propuesta definitiva que seleccioné es “Universo camaleón”, por diversas cuestiones:

- La palabra universo se asocia mentalmente con grandes cantidades, ya sean de estrellas y planetas como de juegos e historias. La idea principal de la empresa es crear una amplia gama de productos en los que se generen diversos escenarios y mundos fantásticos en los que los alumnos se puedan adentrar para aprender de una manera diferente a la que están acostumbrados actualmente, es decir, en otras palabras: crear un pequeño universo con lugares mágicos y únicos donde se una el aprendizaje con la aventura.
- Por otra parte, el camaleón es un animal conocido por su capacidad de cambiar de color, por lo tanto, se puede hacer una asociación bastante rápida y básica entre este y la capacidad de adaptarnos o cambiar ante diversas situaciones.
- Asimismo, este naming se diferencia de la competencia, por lo que nos hace destacar, y nos deja un imaginario creativo, en cuanto a símbolos gráficos, que no tenga que basarse en figuras humanas o rostros.

2.2. Paleta cromática

Según estudios sobre la psicología del color, el azul es un color que genera de forma global confianza, tranquilidad e intrinspección y, más en específico, los niños suelen relacionar este color con la naturaleza, la confianza y la armonía. Asimismo, como afirma Heller (2004) existe una creencia de que este color ayuda a estimular la creatividad, el talento y la claridad de ideas.

Por otra parte, el naranja suele estar íntimamente unido con las motivaciones y las emociones, teniendo relación con la sociabilidad, la actividad, la originalidad y el entusiasmo, entre otras. Por ello, es un color que se utiliza para representar las energías constructivas, tanto físicas como mentales, la creatividad y la confianza en uno mismo.

Asimismo, estos colores al ser complementarios consiguen crear contraste, que nos ayuda a dar atractivo y dinamismo a la marca.

Por ende, los colores principales para nuestra identidad son el # c6472b y # 1363a1.

Todos estos datos se encuentran mejor detallados y plasmados en el Manual de Identidad Visual.

2.3. Propuestas

Una vez el *naming* y la gama cromática estaban claros se pudo comenzar a bocetar y llevar a cabo el proceso de creación de la marca visual. Uno de los

aspectos que se debían tener en cuenta era el hecho de que estos productos van a estar diseñados para el uso de niños de un gran rango de edades, por lo que es importante mantener una imagen dinámica y fresca.

En el transcurso del proceso creativo experimenté diversos modelos compositivos y acabados estéticos en el símbolo visual, todo este transcurso me hizo llegar a la conclusión de que la mejor opción para este problema gráfico era la simplicidad, buscar que nuestro símbolo se entendiera fácilmente sin necesidad de añadir grandes ornamentos o detalles superfluos, pues su principal aplicación será a tamaños bastante reducidos en los packagings de los productos.

El proceso creativo de esta IVC se puede contemplar en mayor detalle en el anexo 1 de esta memoria.

2.4. Propuesta definitiva

Tras experimentar con diversas opciones gráficas acabé seleccionando realizar un isologo, es decir, una combinación del símbolo visual con la tipografía, para crear el efecto visual de un pequeño sello que se pueda colocar sin ocasionar ningún tipo de problema en los productos.

Para llevar a cabo esta propuesta se realizó un icono gráfico con la forma de un camaleón, simplificándolo a sus aspectos esenciales, pero teniendo en cuenta que no se podían perder las características que ayudan a distinguirlo fácilmente.

Asimismo, el uso de líneas curvas aporta mayor dinamismo y las esquinas redondeadas ayudan a darle un aspecto más juvenil, pero, sin perder el tono profesional apoyado en las formas geométricas, puesto que en su construcción se decidió huir de las formas orgánicas abstractas, realizando un diseño con una base geométrica, para que sea fácilmente reproducible, y buscando un resultado minimalista.

En cuanto al apartado tipográfico, se seleccionó la familia Baloo Da 2 en su versión semibold, puesto que mantiene una estética coherente con el símbolo anteriormente nombrado. Asimismo, se escoge una tipografía palo seco de formas redondeadas puesto que esta expresa modernidad y juventud, aspectos esenciales en una empresa dedicada a crear juegos para personas con un rango de edad bajo, pero a la vez las tipografías sans serif denotan profesionalidad, esencial para poder situarnos bien en el mercado y ganarnos la confianza de los diferentes docentes.

Es importante comentar que se seleccionó la versión semibold para asegurar una buena legibilidad de la marca en sus tamaños mínimos de reducción.



3. Desarrollo del juego educativo

3.1. Temática del juego

La temática es esencial en este proyecto para conseguir una correcta inmersión en la partida y poder captar la atención de todos los niños de un aula y de de diversas edades, que actualmente están expuestos a gran cantidad de estímulos, que les resultan más atractivos que dar una materia o repasar conceptos ya aprendidos.

Teniendo esto en cuenta decidí adentrarme en el mundo de la aventura y la fantasía, pues es uno de los universos ficticios favoritos en los preadolescentes.

El juego se va a centrar en la búsqueda de un tesoro azteca, para ello los jugadores van a ser exploradores que llegan a una isla perdida con la intención de ser los primeros en hacerse con el misterioso tesoro.

Para ayudar a que estos trabajen en equipo, poniendo en práctica la colaboración y cooperación, además de facilitar el uso del juego en grandes aulas, se dividirán en 6 grupos de investigadores (diferentes compañías a las cuales podrán poner sus propios nombres)

Es importante tener en cuenta que las preguntas que se encuentren en este juego deben mantener también esta idea, es decir, deben ser apartadas para poder incluirlas dentro del mundo mágico que se desea crear.

3.2. Elementos de la experiencia de juegos

- Dinámicas: fantasía, socialización, narrativa, expresión...
- Temática:
 - » Búsqueda del tesoro
 - » Transfondo: Selva amazónica
 - » Contexto: Diferentes grupos de investigadores privados están luchando por ser los primeros en conseguir encontrar un tesoro azteca, para ello deben pasar por gran cantidad de lugares y obstáculos en los cuales necesitaran de su ingenio y conocimiento en diversas áreas para salir airosos y poder seguir en su búsqueda privada. Esta aventura tendrá lugar en una isla paradisíaca perdida.
- Ambientación:
 - » Objetivo: encontrar el tesoro los primeros y salir de la isla
 - » Personalidad: ambiciosos, buscan la fama, el dinero, les gustan los riesgos y disfrutan con las hermosas obras de nuestros antepasados
 - » Tono: aventura
 - » Sentido: habrá preguntas que refuercen el contenido cívico al decidir si algo está bien o no

- Mecánicas:
 - » Feedback: azaroso
 - » Flujo: variado
- Componentes:
 - » Formato: normal
 - » Despliegue: muy grande
 - » Fichas, dados, puzzles, ruleta, tablero, dibujo, mímica...
 - » Cartas divididas en 6 apartados, asignaturas troncales y francés.

3.3. Naming

Los nombres de los juegos deben ser atractivos, conseguir captar rápidamente la atención del espectador y que este tenga ganas de investigar que hay más allá de esta visión inicial. Por ello, deben ser claros, explicar de que tratan y que podrás experimentar si lo adquieres.

Teniendo estas ideas en cuenta y tras realizar diversas pruebas y encuestas en personas cercanas, concluí que la mejor opción era titular el juego “el tesoro azteca”, siendo un nombre directo que capta la atención de los jóvenes, al presentarles un misterio que han de resolver.

Asimismo, este naming no podía funcionar de manera individual, pues es necesario dar algo más de información al consumidor y situarlo correctamente en la categoría a la que pertenece: la didáctica. Por ello, se añadió un claim que hiciera referencia a estos elementos y que, además, aumentara la intriga y las ganas de conocer más a fondo el juego y la historia: “Repasa los contenidos mientras luchas por ser el primero en llegar a la meta ¿podrás sobrevivir?”

3.4. Estilo gráfico de los elementos

3.4.1. Tipografías

En el apartado tipográfico podemos destacar dos familias:

- Dalek
- Baloo Da 2

En cuanto a la primera, sería la tipografía principal seleccionada para este producto, ya que nos ayuda a mantener una temática mística, utilizando elementos geométricos y toscos que nos recuerdan a aquellas civilizaciones perdidas y antiguas, como se trata de la azteca.

Además, es idónea para este propósito, pues aun teniendo en cuenta los aspectos anteriormente nombrados, mantiene una buena legibilidad y nos ayuda a dar cierto atractivo e interés a los diferentes elementos gráficos que vayamos a diseñar.

Por otra parte, nos encontramos con la Baloo da 2, una tipografía secundaria que se usará en la redacción de las preguntas y diversos elementos del packaging. Es ideal para estos propósitos pues mantiene una buena legibilidad incluso en tamaños pequeños, eliminando los elementos ornamentales que mantiene la principal, pero consiguiendo una buena combinación visual entre ambas.

Asimismo, esta familia es la misma que se utiliza en la IVC de la empresa, por lo que nos ayuda a dar coherencia y homogeneidad en los diversos elementos, es decir, aunque cada juego pueda mantener una estética marcada se pueden reconocer ciertos puntos comunes.

3.4.2. Ilustraciones

La ilustración es un apartado esencial en la creación de este proyecto (anexo 2), pues esta marcará la estética de todos los productos que se van a diseñar (tablero, cartas, packaging...) Asimismo, es un apartado muy importante a la hora de definir la apariencia del juego y acercarla en mayor medida a su público y jugadores, por ello, el estilo ilustrativo seleccionado se aleja del realismo, acercándose más a los cánones cartoon. Asimismo, se utiliza un estilo decorativo que busca apelar a los sentimientos de los jugadores, destacando el uso de pequeños detalles que capten la atención de los más jóvenes.

Al tratarse de un mundo inventado, en el que estamos utilizando de base la ficción, podemos dejar fluir nuestra imaginación sin la necesidad de imponerle

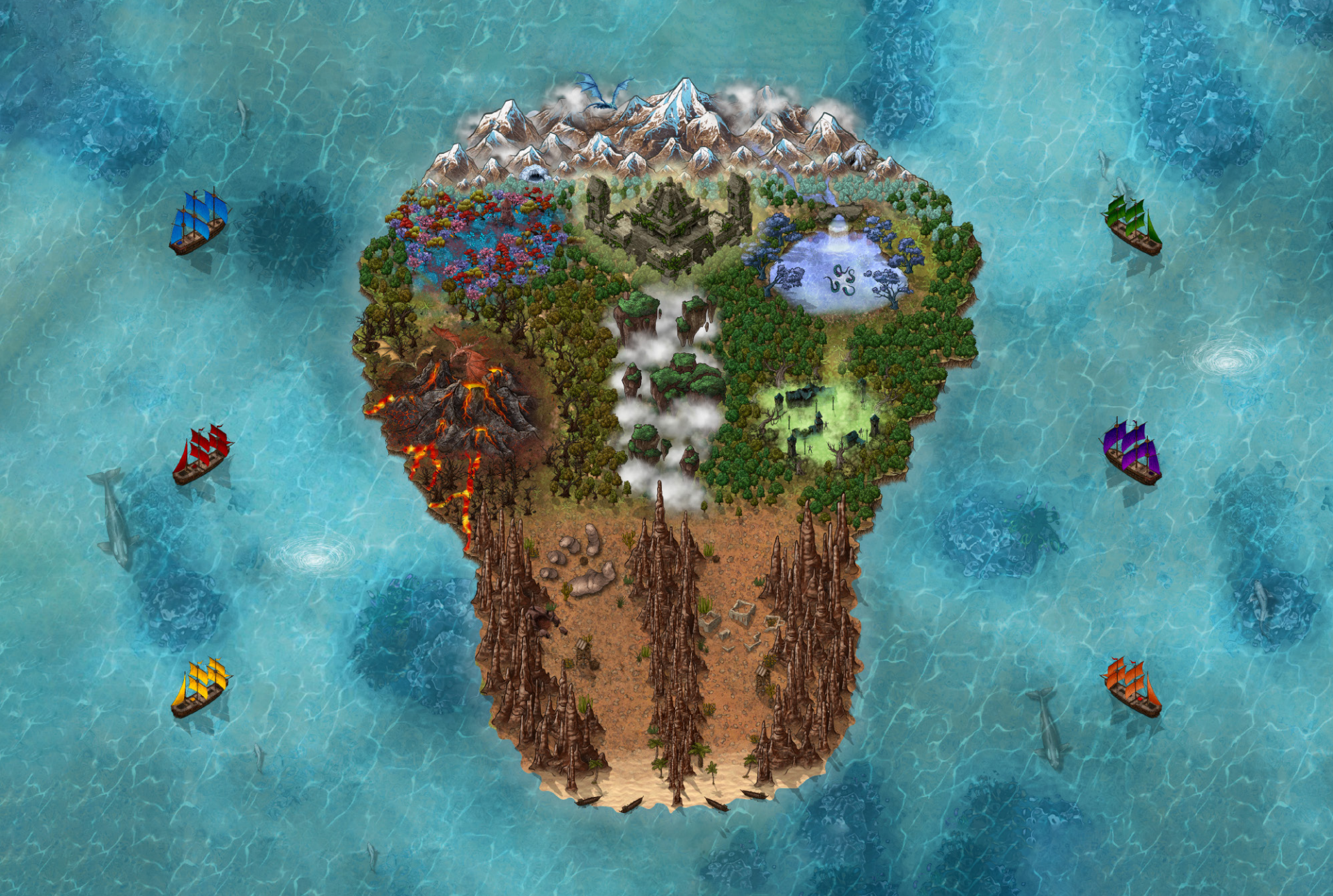
límites a esta, creando escenarios mágicos, como bosques élficos, lagos encantados o dragones, que añadan dinamismo y atractivo a las imágenes.

La parte esencial de este apartado será la creación del mapa en el que se dará lugar la búsqueda del tesoro, para la realización de este nos ayudaremos de herramientas como Inkarnate, Photoshop, Procreate e Illustrator.

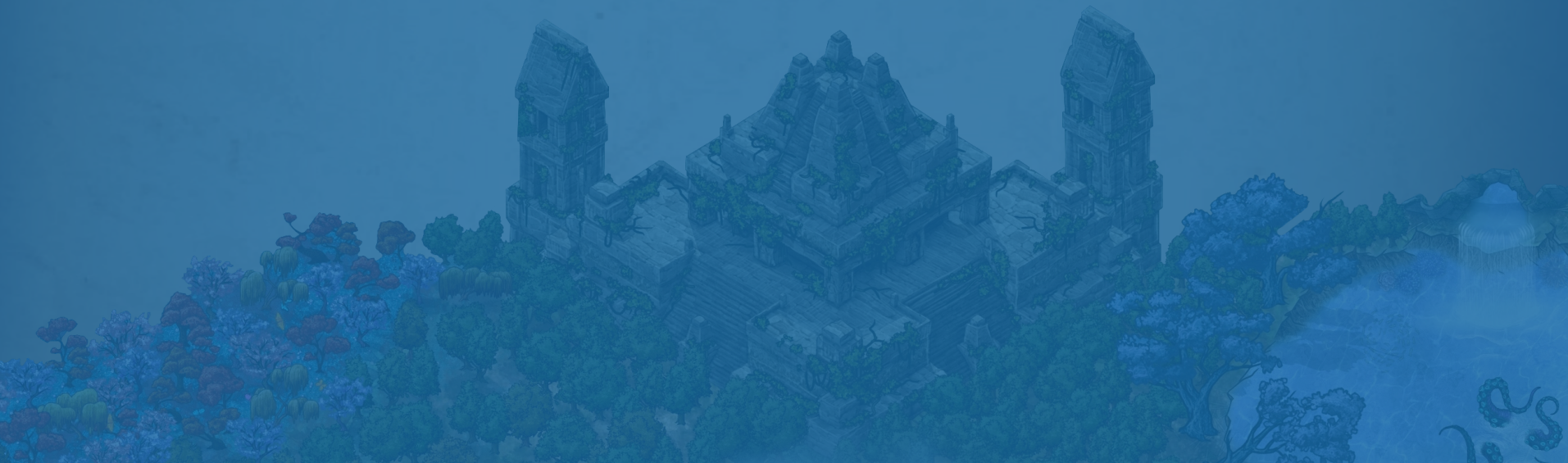
La idea inicial de la que partiremos será la forma de calavera, pues la historia del juego nos cuenta como se trata de una isla perdida y misteriosa en la que diversos historiadores han intentado entrar, pero ninguno de ellos ha podido salir, por lo que este símbolo nos ayudara a indagar más aun en la temática seleccionada. Aunque, no se quiere hacer una referencia exacta y directa, sino añadir ciertas semejanzas que se puedan observar tras analizar la ilustración.

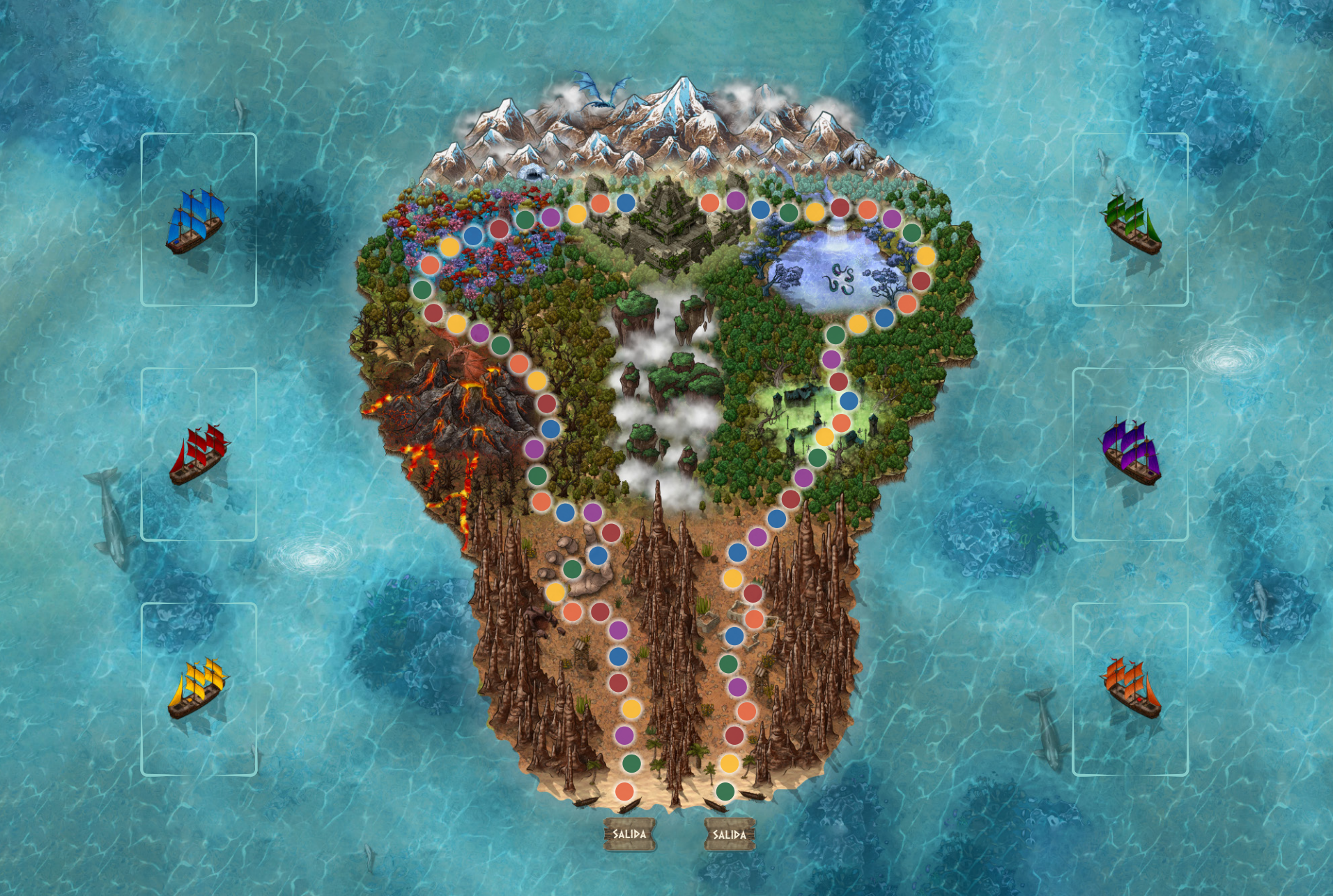
Referencias:

- A lo largo de la creación de esta ilustración se han tenido en cuenta diversas referencias que no solo se han centrado en el mundo de los juegos de mesa, sino que han abarcado gran cantidad de universos ficticios, como los mundos de Indiana Jones, juego de tronos, avatar o el señor de los anillos; los cuales han inspirado ciertos detalles y lugares de la isla.
- Asimismo, me he inspirado en algunos videojuegos como Elden Ring, Dragon Age y The Witcher; mundos de aventura con paisajes fantásticos.



Fase de normalización | 4





SALIDA

SALIDA

Creación de los productos

1. Tablero

El tablero es una parte fundamental en este proyecto, pues es el que contextualiza a los alumnos y nos ayuda a captar su atención y mantener un buen lore. Es importante tener en cuenta las dimensiones que este tendrá, puesto que debe darnos la posibilidad de poder jugar en grandes grupos de personas, ya que aunque el profesorado sea el que se encargue del movimiento de fichas los alumnos deben poder tener una buena visualización de los elementos ilustrativos.

Asimismo, para mantener la homogeneidad y coherencia en la estética de todo el juego, los barcos que se encuentran en los laterales de la isla se utilizarán como indicadores de donde se deben colocar las cartas, que mantendrán en su parte trasera el mismo diseño y tonalidades que el mar. Para remarcar de una forma más clara este aspecto se colocarán 4 marcas (esquinas) del posicionamiento de cada carta, siguiendo la estética del mar, es decir, líneas moduladas en colores azulados.

Por otra parte, se añadirán las casillas de juego, que mantendrán una breve sombra blanca en su parte inferior (para hacerlas destacar y resaltarlas del resto de elementos gráficos y ruido externo). Estas casillas serán formadas por círculos geométricos de 6 colores, que hacen referencia a los colores de las velas de los diversos barcos (categorías de preguntas) que

podemos encontrar. Asimismo, las casillas de salida destacaran por ser creadas mediante el uso de tablas que se encuentran flotando en la costa de la isla.

Finalmente, debemos tener en cuenta la casilla final, es decir, el objetivo del juego. Este es conseguir llegar al templo azteca, que se encuentra remarcado mediante el uso de un halo de luz, para hacerlo destacar frente al resto de elementos.

Este estilo se encuentra inspirado en juegos como la oca o el parchís, donde avanzas en un camino marcado con la intención de llegar a un destino final. Se han tenido en cuenta las variantes de dinamismo que añade el primero, teniendo casillas (o cartas en nuestro caso) que nos puedan hacer retroceder en el camino o indicarnos un premio o castigo. Asimismo, se ha mantenido una mecánica similar al parchís, pues para poder acabar la partida debemos sacar el número exacto que necesitemos, según la casilla en la que nos encontremos.

Para conocer en mayor detalle el proceso de creación de este tablero se puede acudir al anexo 3.

2. Composición de las cartas

Una parte que se mantiene clara desde el inicio de la creación de estas es su reverso, pues para mantener una homogeneidad entre los diversos objetos que conforman el juego, se decide que las cartas se camuflen a la perfección con el tablero, es decir, su trasera estará basada en un apartado de esta misma ilustración: el mar con los diversos barcos.

Para ello se ha añadido un detalle de color en cada uno de ellos, variando las velas para hacerlas coincidir con las diferentes casillas y asignaturas seleccionadas. Asimismo, al contar con 6 tipos de barcos y 6 grupos de historiadores, sería coherente llegar a la conclusión de que estos son los vehículos en los que los diferentes equipos han llegado a la isla, por lo que reforzamos la temática seleccionada.

Por otra parte, el nombre de las materias de las que trata cada carta se encuentra indicado en la parte interior de estas, evitando generar ruido en la parte trasera y manteniendo el uso de la tipografía principal del juego, la familia Dalek.

En cuanto a la composición de las cartas se ha optado por la utilización de diversos marcos, uno diferente para cada asignatura, que se encuentran argumentados bajo la estética azteca, que incluye gran variedad de ornamentos geométricos. Principalmente se comienzan realizando bocetos digitales, en los que se prueban diferentes tipos de acabados y uso de las gamas cromáticas. Para que estos concuerden con el resto de los objetos, se acaba decidiendo rellenar

algunos de los huecos que se crean en los marcos, ya que, el estilo detallado y llamativo de las diferentes ilustraciones concuerda en mayor medida con líneas gruesas y acabados más voluminosos.

Es esencial que las preguntas tengan una buena legibilidad, puesto que, aunque estén pensadas para ser leídas por los profesores, no se cierra la puerta a que las familias puedan adquirir este juego y así repasar en sus casas, por lo que debe poder ser legible para cualquier tipo de edad.

Asimismo, se decide mantener la textura marina en el fondo de la composición, pero cambiando la tonalidad a un color crema, que se combina con la estética diseñada para el packaging, que se tratará en mayor detalle a continuación.

Se puede ver el proceso de diseño de las diferentes cartas en mayor profundidad en el anexo 4.



Fig. 25. textura base y color seleccionado, para la parte interior de las cartas

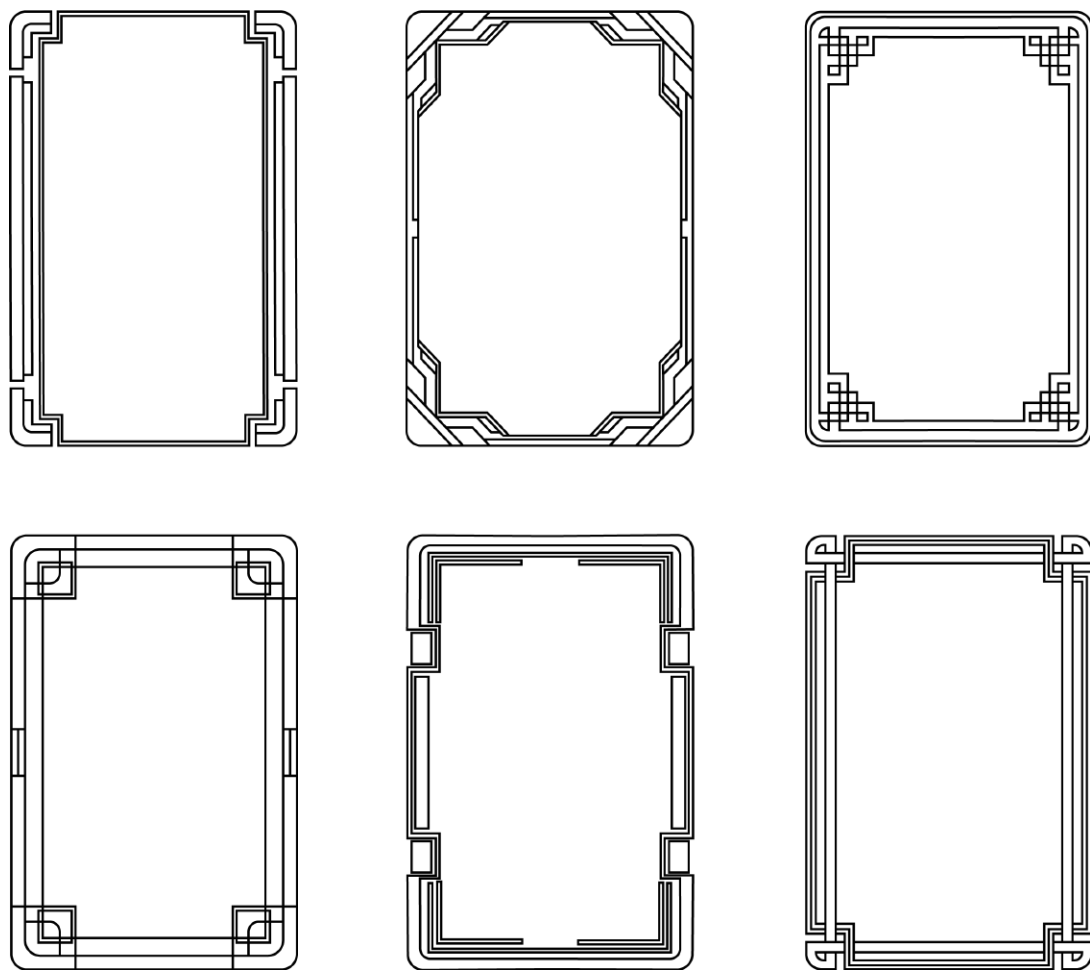


Fig. 26. Esquema base de los marcos



Fig. 27. Esquema base del interior de las cartas

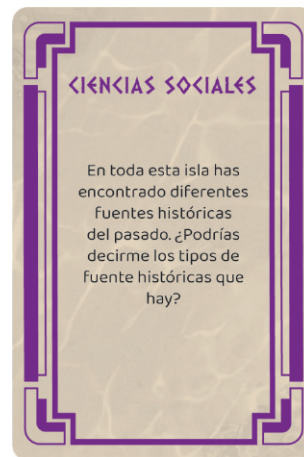
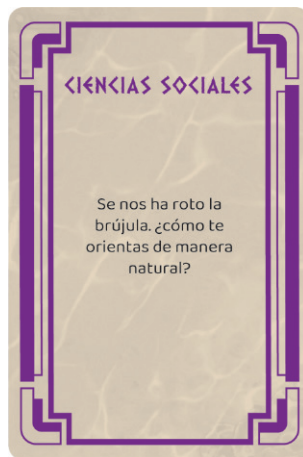
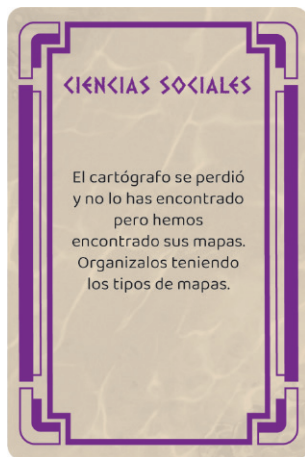
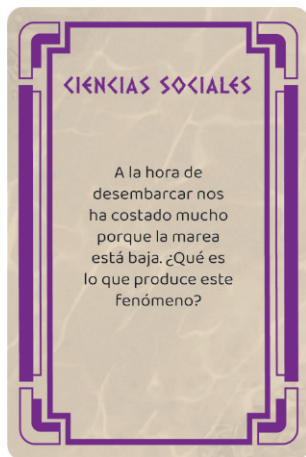
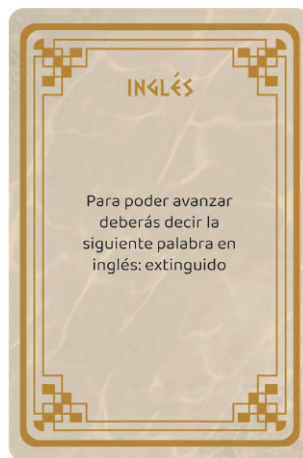
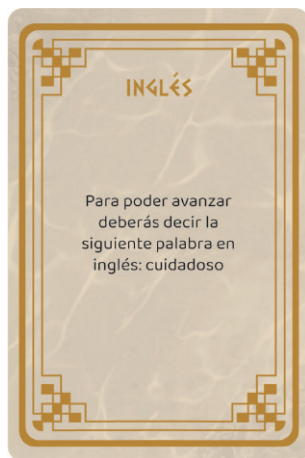


Fig. 28. ejemplo de cartas

LÉNGUA

Durante este camino entre nosotros han nacido algunas disputas acerca del uso de las mayúsculas. ¿Qué tipos de palabras necesitan mayúsculas?

LÉNGUA

Quando se dirigian al bosque un ciclope les intenta pillar y para conseguir que les deje en paz, tienen que recitar el siguiente trabalenguas sin trabarse. "Quando yo digo Diego, digo digo y cuando digo digo, digo Diego"

LÉNGUA

Ha aparecido un camino secreto delante tuyo que te puede hacer saltar un poco de recorrido (adelantar dos casillas), pero para poder pasar debes responder la siguiente pregunta de manera correcta: ¿qué son las palabras homónimas?

LÉNGUA

Algunas de las civilizaciones que quedan en esta islas son palabras tabú, ¿sabrías decir qué es una palabra tabú?

MATEMÁTICAS

Encuentras un cubo místico que se destruye al tocarlo, antes de que eso ocurra aprecias que tiene un ancho de 8 cubitos y una altura 8 cubitos, ¿cuántos cubitos necesitas para construirlo de nuevo?

MATEMÁTICAS

El cocinero de nuestra expedición quiere cortar una tarta cuadrada en 25 raciones cuadradas iguales. ¿Cuántas raciones habrá en cada lado de la tarta?

MATEMÁTICAS

En el desierto, te encuentras con una mano gigante que te impide el paso, dice que para avanzar debes responder a la pregunta con sabiduría. ¿Cómo se llaman las potencias de los exponentes dos y tres?

MATEMÁTICAS

El camino al lado del volcán se encuentra a 80° , ¿cuántos grados tienes que bajar la temperatura para que nosotros podamos pasar a unos 45° ?

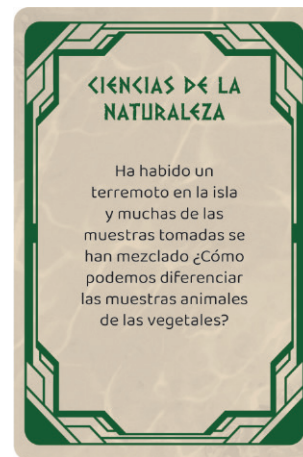
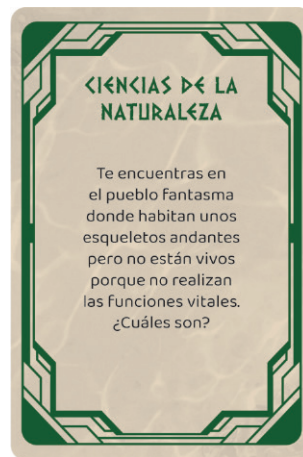
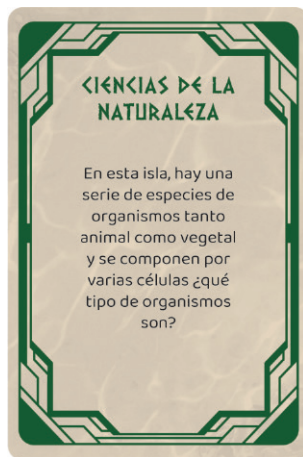
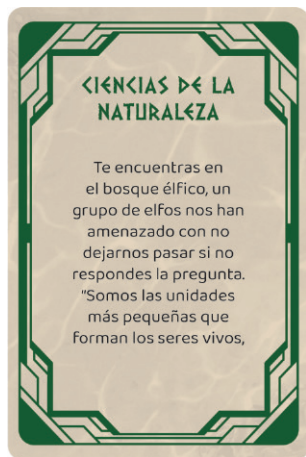
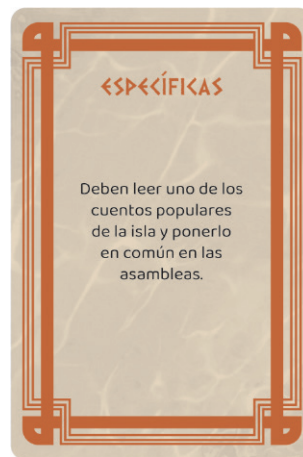
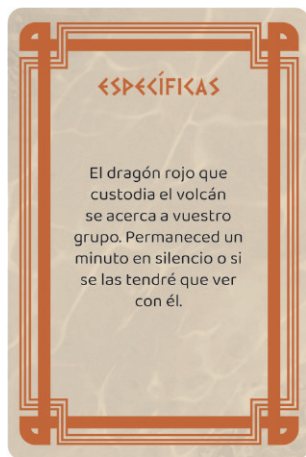


Fig. 29. ejemplo de cartas





FASE DE NORMALIZACIÓN

Fig. 30. Reverso de las cartas

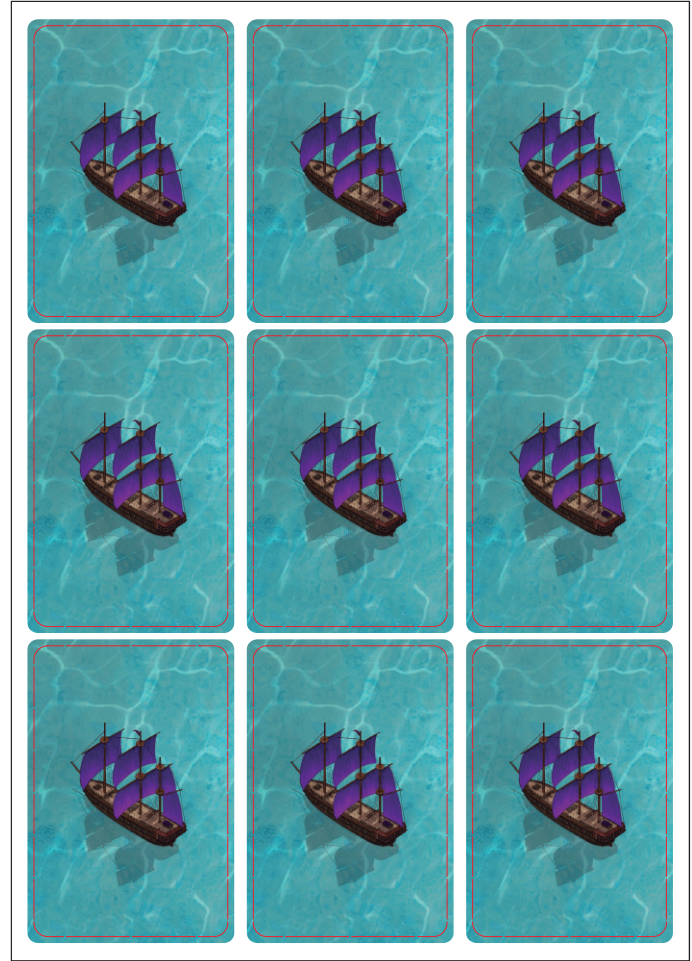
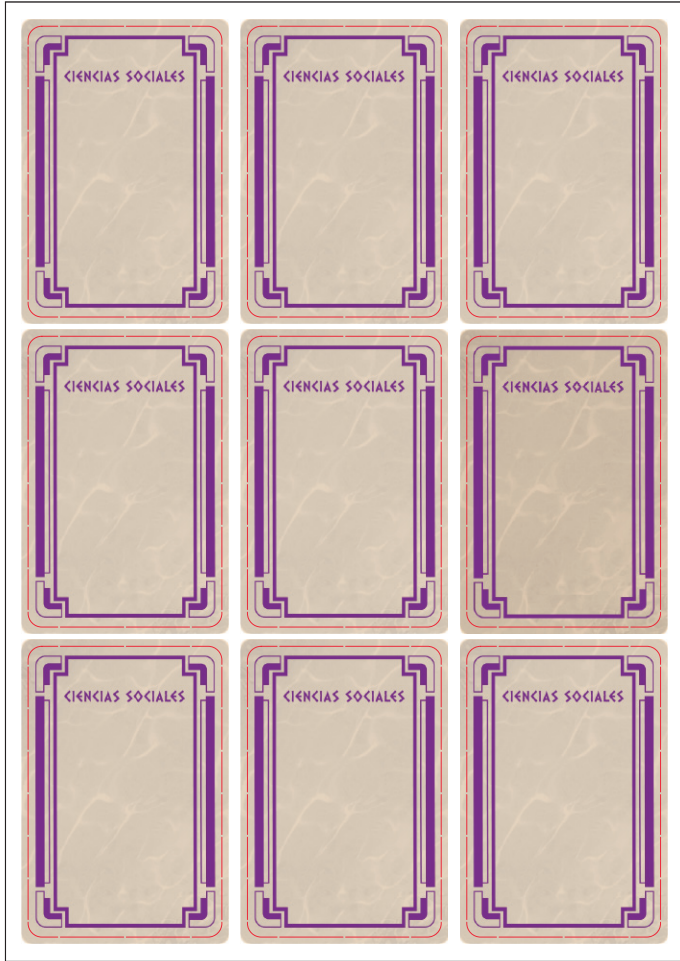
Es importante recalcar, la posibilidad que mantiene el juego de ser adaptado por los profesores, por ello, se incluyen 6 hojas tamaño DIN A4 (1 para cada asignatura) de tarjetas preimpresas y troqueladas. Estas se pueden personalizar fácilmente mediante cualquier impresora láser, con las que podrían contar en sus hogares o en la misma institución en la que trabajen.

Para ayudarles en el proceso de personalización, pueden utilizar el QR que encontraran en estas mismas láminas y, así, descargar una plantilla de impresión donde los textos se encontrarán ya posicionados.

Asimismo, si se desearan añadir más cartas se podrán adquirir tarjetas personalizables extra en paquetes de 60 hojas (10 por cada modelo).

Fig. 31. Troquel de las cartas





FASE DE NORMALIZACIÓN

3. Packaging

Se ha decidido confeccionar un packaging tradicional con forma rectangular, que mantendrá una doble capa en todos sus laterales, para así aumentar su resistencia.

Las medidas internas del packaging han de ser de 27x37 cm, para así poder incluir correctamente dentro de este el tablero y todos los elementos que conforman este juego. Asimismo, aunque se cuente inicialmente con 20 preguntas de cada categoría, al tratarse de un juego adaptable por el profesorado al grosor de la caja deberá ser suficientemente ancho para poder incluir todas las nuevas cartas que se vayan creando a lo largo del curso. Por ello, se ha seleccionado un grosor de 8 cm.

Teniendo en cuenta estas medidas se puede realizar el despliegue del packaging (fig. x), teniendo en cuenta que la tapa ha de ser unos milímetros más ancha que la base.

En cuanto a la estética, en la tapa se ha decidido utilizar la ilustración del templo azteca, elemento principal de nuestra historia, para así remarcar la historia y crear un diseño llamativo. Asimismo, se ha utilizado la tipografía Dalek para el título, en un tono verde oscuro (#204622), igual al de algunos de los árboles que acompañan la ilustración. Por otra parte, el claim se encuentra escrita con la familia Baloo Da 2, jugando con el peso de diferentes palabras, para así crear dinamismo y enfocar la atención en los aspectos más esenciales de esta. Asimismo, en la parte inferior de-

recha podemos contemplar la IVC de la empresa en su versión monocromática.

Por otra parte, es importante tener en cuenta que este diseño debe funcionar en las diferentes estanterías, por ello es esencial prestar atención a sus laterales pues estos deben incluir el título del juego, la IVC de la empresa y una breve frase explicativa.

Asimismo, se decidió utilizar uno de sus laterales para incluir toda la información legal y esencial que debe mantener este tipo de productos: datos legales de la empresa creadora, edades para las que ha sido diseñado el juego, cantidad de jugadores, contenido del producto (contando con un código QR donde podemos encontrar más información al respecto), advertencias y código de barras.

En cuanto a la parte inferior del packaging, puesto que se ha incluido la información en la tapa superior, se ha conseguido que no sea necesaria llevar este apartado por el proceso de impresión, para así poder ahorrar presupuesto, reduciendo así los gastos e incrementando los beneficios. Para mantener cierta homogeneidad, se utilizará un material en color crema que combine con el diseño superior.

En el anexo 5 se puede observar el proceso creativo de este apartado.

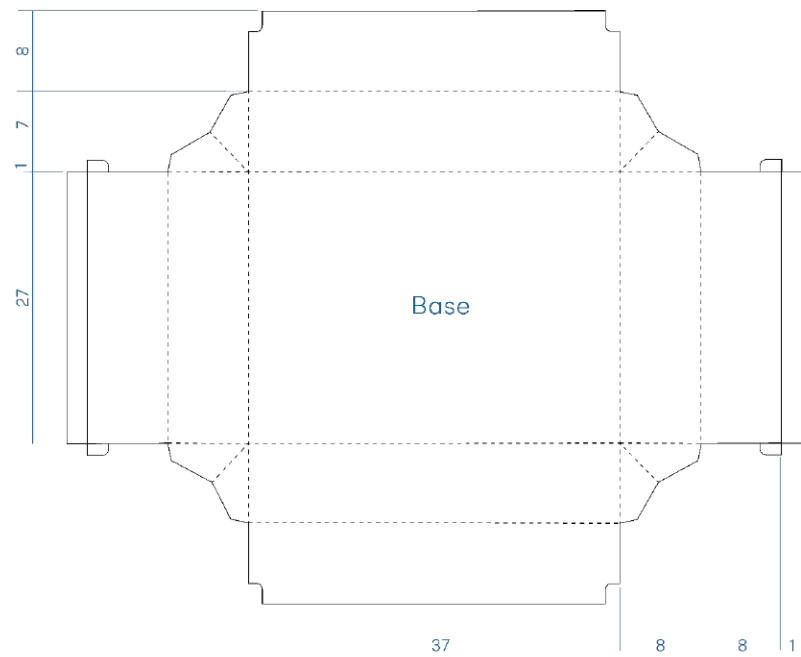
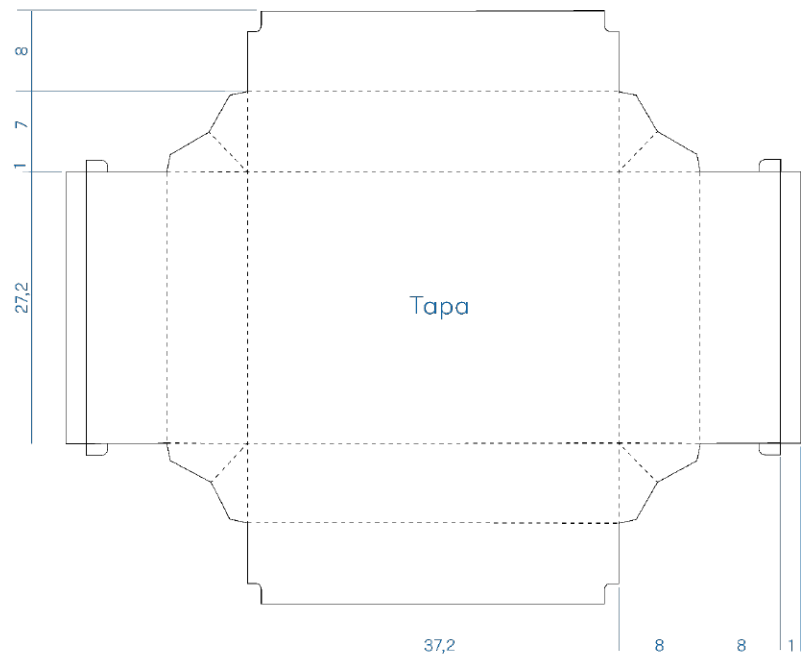


Fig. 34 y 35 Despliegue y medidas del packaging



Fig. 36. Tapa packaging producto, producción en masa



FASE DE NORMALIZACIÓN

Fig. 37. Tapa packaging producto, prototipo

4. Figuras de personaje y dado

Para conseguir encontrar las figuras adecuadas se realizó una ardua investigación, con la intención de encontrar una solución que mantuviera coherencia con el resto de la estética del proyecto. Finalmente, escogí la opción de utilizar figuras en relieve, inspirándome en diversa cantidad de juegos como Risk, Monopoly o Dungeoins and Dragons.

Las piezas fueron realizadas en madera (DM), modeladas y cortadas a láser, además de pasar por un proceso de pulido y barnizado, al igual que el dado.

Los objetos seleccionados para ser utilizado como fichas de personajes se encuentran relacionados con el mundo de la investigación y la aventura, por ello se seleccionó:

- Un sombrero
- Una brújula
- Un gorro
- Una pala
- Una linterna
- Una lupa
- Unos prismáticos

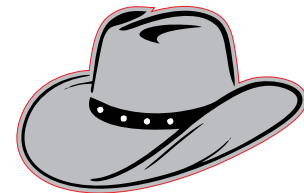
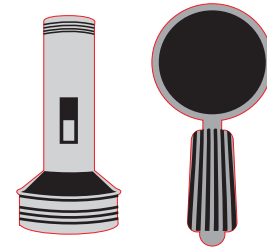
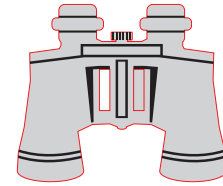
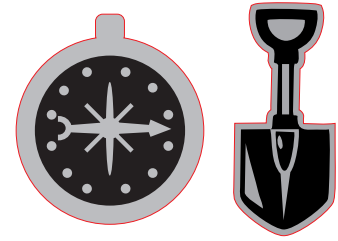




Fig. 39. Fichas realizadas en madera

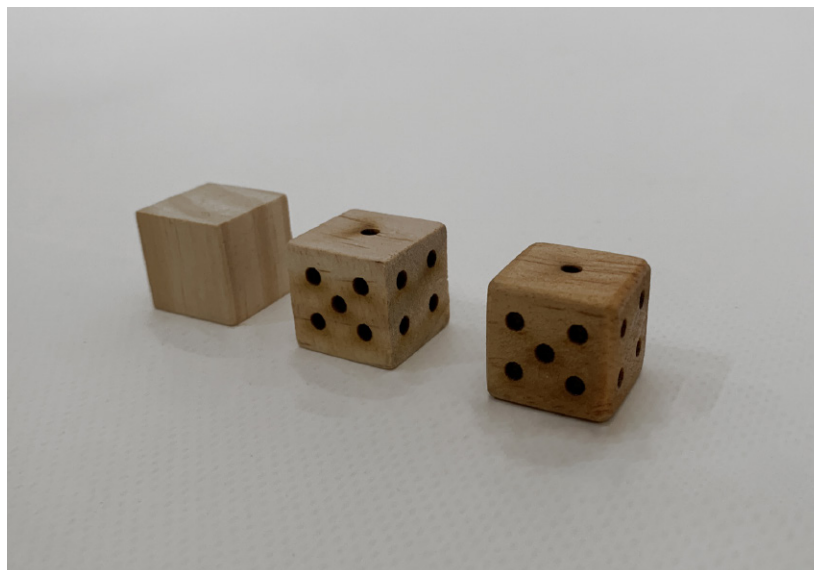
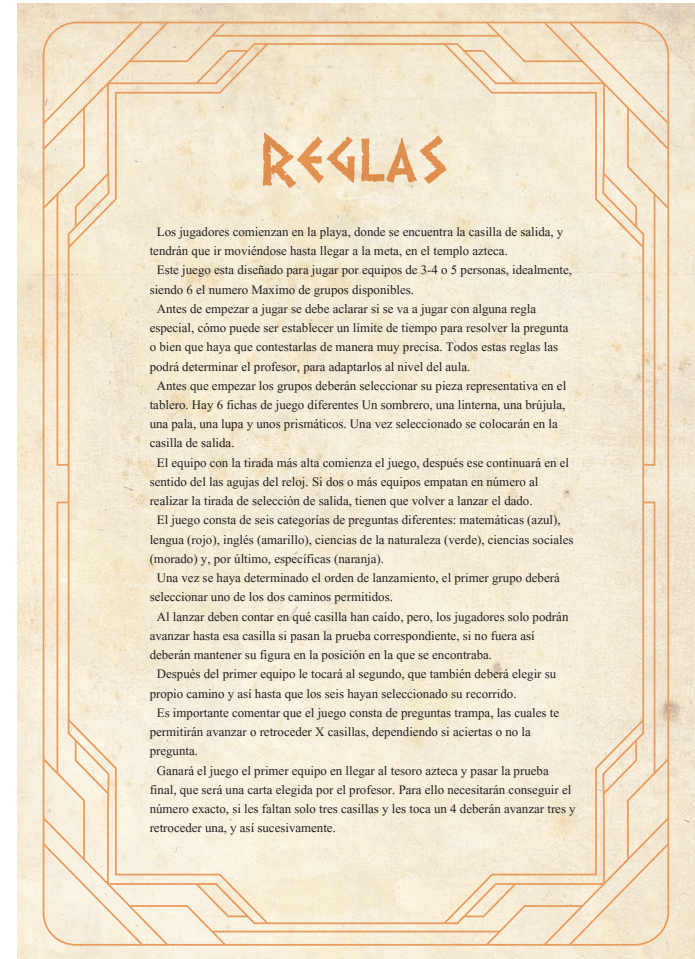


Fig. 40. Proceso de creación del dado personalizado

5. Diseño de las reglas



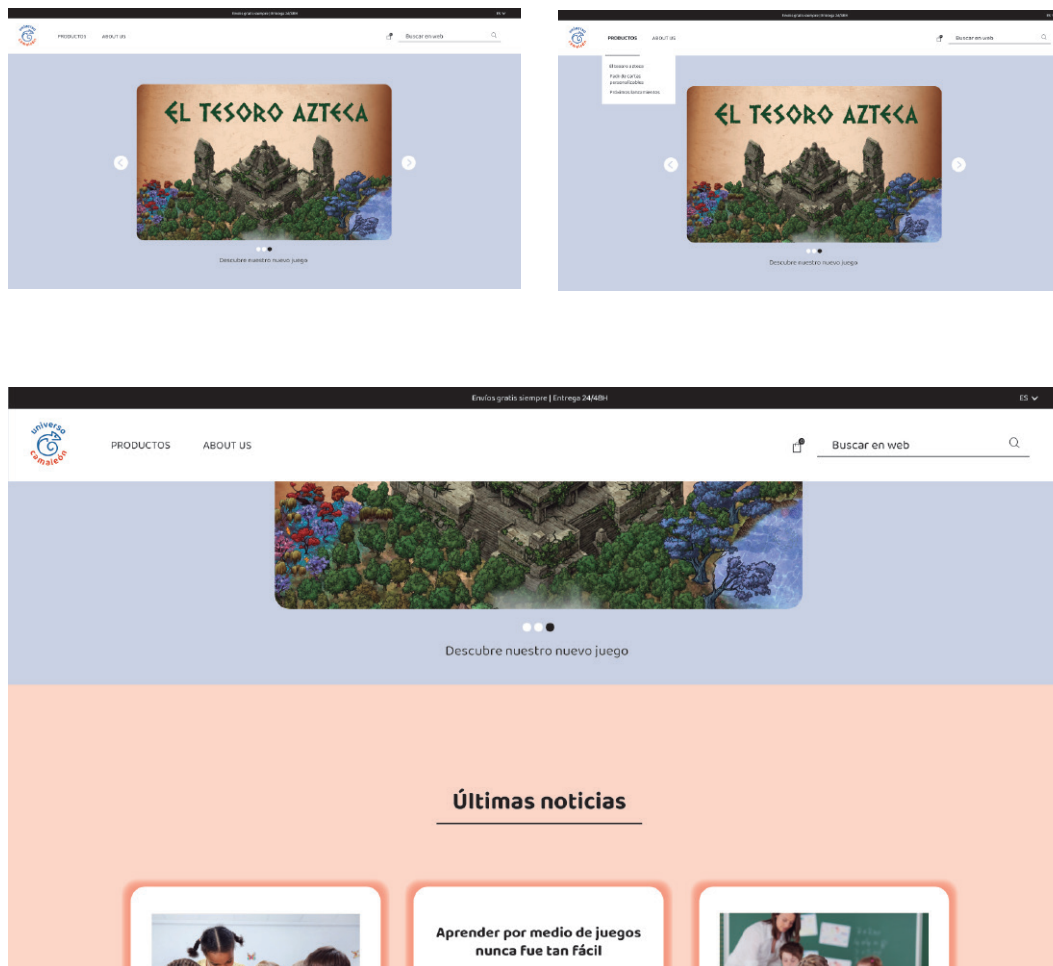
4. Página web

La página web es un apartado bastante importante en nuestro juego, pues todos los productos de Universo Camaleón podrán adquirirse a través de su portal web, donde además podrán verse toda la variedad de la que se disponga.

Para ello, debe mantener una página principal donde se presenten las novedades de la empresa y diversos artículos o consejos para el profesorado y familia, que busquen ayudar a sus hijos en conseguir mantener una educación más dinámica y lúdica.

El menú se conformaría de un botón que nos dirigirá a la página principal, un botón de about us y de un menú desplegable con acceso directo a los productos.

Por otra parte, en el packaging podemos encontrar un código QR que nos lleva a esta página web, en un apartado donde se explica más detalladamente la historia del juego, para que los posibles compradores puedan comprenderlo, los elementos que mantiene y los contenidos y aptitudes que se trabajan, en cuestiones educativas.





PRODUCTOS

ABOUT US



Buscar en web



Catálogo

Precio ▾

Curso educativo ▾

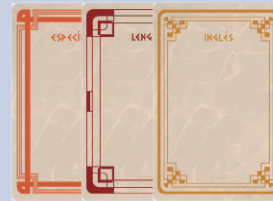
Expansiones ▾

Próximos lanzamientos ▾



El tesoro azteca

Añadir al carrito



Expansión de cartas personalizadas

Añadir al carrito



El tesoro azteca



Historia

Hace un par de años un conjunto de exploradores descubrieron algunas pruebas que indican que esta isla perdida albergaba una civilización azteca que consta de casi 1000 años.

Debido a múltiples descubrimientos, se revisaron diversos manuscritos que confirmaban que esta isla contiene uno de los mayores tesoros de la historia de la tierra.

A raíz de dicha información, muchos exploradores de renombre han intentado entrar a la isla y llevarse el tesoro pero nadie lo ha conseguido.

Contenidos

Este juego ha sido desarrollado con la finalidad de poder trabajar de manera general todos los contenidos educativos de una manera dinámica y lúdica para potenciar el aprendizaje del alumnado.

El juego permite que cada profesor desarrolle las preguntas para adaptar el nivel a cada curso.

Las materias en la que se trabaja son:

- Matemáticas
- Lengua castellana
- Primera lengua extranjera
- Ciencias sociales
- Ciencias de las naturalezas
- Específicas

Competencias

Durante el desarrollo de juego se ha pensado en todo momento en las competencias es por ello que en el tesoro azteca se trabajan todas y cada una de las 7

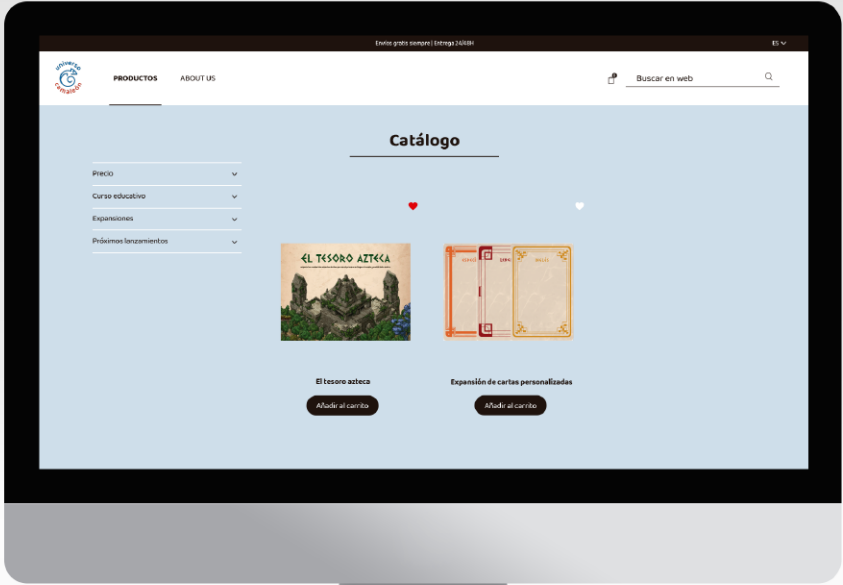
Comunicación lingüística

Competencias matemáticas

Competencia digital

Iniciativa y espíritu emprendedor

Aprender a aprender



El tesoro azteca



Historia

Hace un par de años un conjunto de exploradores descubrieron algunas pruebas que indican que esta isla perdida albergaba una civilización azteca que consta de casi 1000 años.

Debido a múltiples descubrimientos, se revisaron diversos manuscritos que confirmaban que esta isla contiene uno de los mayores tesoros de la historia de la tierra.

A raíz de dicha información, muchos exploradores de renombre han intentado entrar a la isla y llevarse el tesoro pero nadie lo ha conseguido.

Se te ha llamado para que formes parte de uno de los equipos de exploración, deberás conseguir pasar por muchas pruebas de riesgo para alcanzar el tesoro.

El camino consta de muchos enigmas y pruebas de diferente temática, tendrás que trabajar en equipo para poder lograrlo.

Recordad que no estáis solos, otros equipos intentarán llegar a la prueba antes que vosotros, pero solo el equipo que trabaje con más ingenio podrá conseguirlo.

Contenidos

Este juego ha sido desarrollado con la finalidad de poder trabajar de manera general todos los contenidos educativos de una manera dinámica y lúdica para potenciar el aprendizaje del alumnado.

El juego permite que cada profesor desarrolle las preguntas para adaptar el nivel a cada curso.

Las materias en la que se trabaja son:

- Matemáticas
- Lengua castellana
- Primera lengua extranjera
- Ciencias sociales
- Ciencias de las naturalezas
- Específicas

Competencias

Durante el desarrollo de juego se ha pensado en todo momento en las competencias es por ello que en el tesoro azteca se trabajan todas y cada una de las 7

Competencias lingüística

Competencias matemáticas

Competencia digital

Iniciativa y espíritu emprendedor

Aprender a aprender

Competencias sociales y cívicas

Conciencia y expresiones culturales

5. Merchandising

5.1. Pegatinas



5.2. Chapas



5.3. Tazas/huchas



5.4. Neceseres



5.5. Tote bags

EL TESORO AZTECA



EL TESORO AZTECA



JUGAR
nunca fue
tan
educativo







JUGAR
nunca fue

tan

educativo

universo
camaleón

6. Prototipo

6.1. Materiales

Las cartas serán impresas en papel mate estucado 350 gr, al igual que las normas, y con un laminado mate que ayudará a darles una mayor durabilidad.

El tablero se imprimirá en lámina de vinilo laminado y montado sobre cartón piedra de 2 mm. Es interesante comentar que si este juego se fuera a imprimir en serie se realizaría en papel laminado y contraencolado en cartón (con dos láminas, para conseguir una mayor resistencia)

El packaging se realizará en folding de 400 gr, estucado a una sola cara. Además, al resolver la parte interior de esta se utilizará también el material de folding doblado.

Finalmente, las piezas de personaje serán impresas en 3D.

EL TESORO AZTECA

Repasa los contenidos mientras luchas por ser el primero en llegar a la meta ¿podrás sobrevivir?



EL TESORO AZTECA

Repasa y diviértete

universo
camaleón

universo
camaleón





FASE DE NORMALIZACIÓN





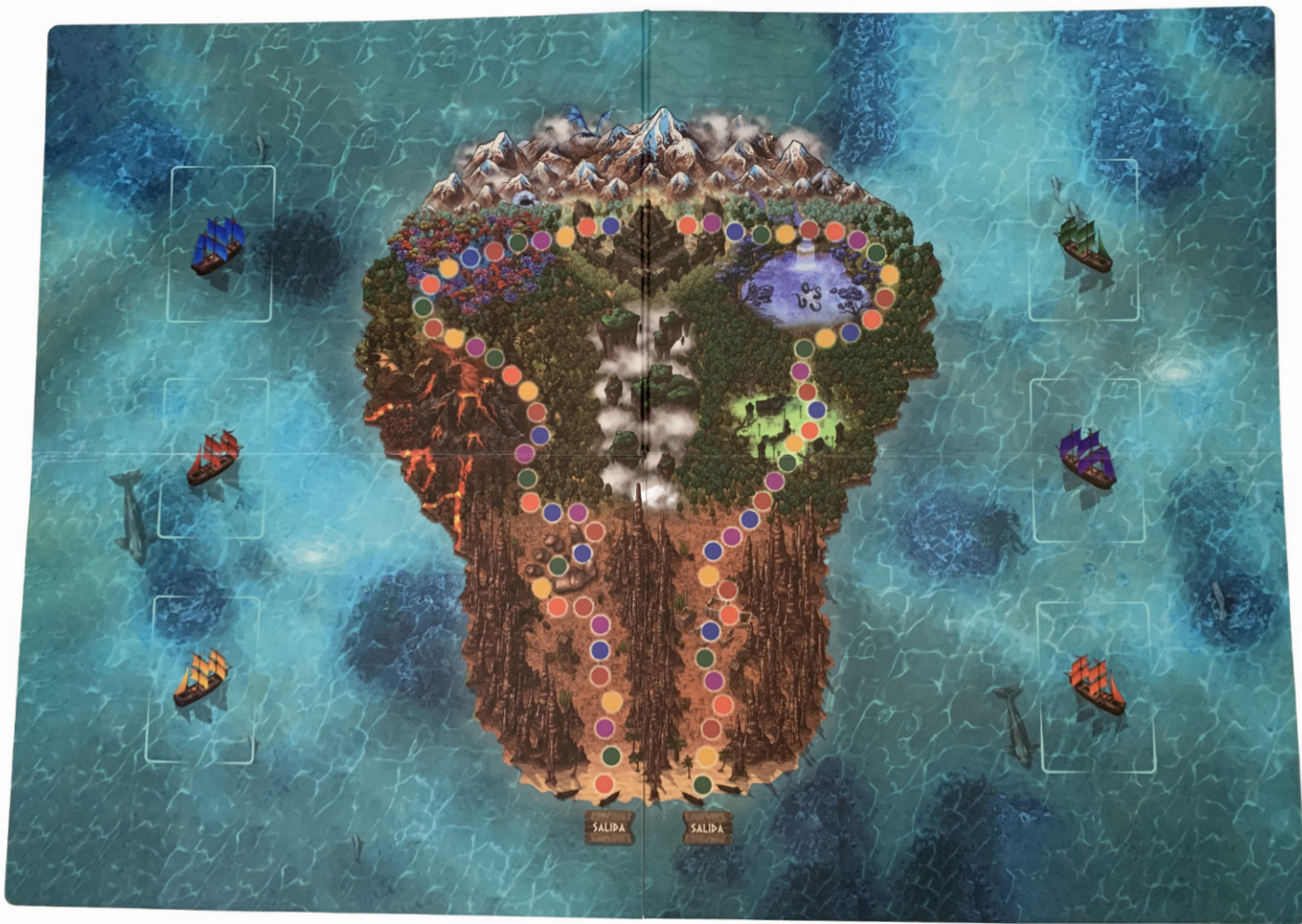








FASE DE NORMALIZACIÓN





Conclusiones | 5



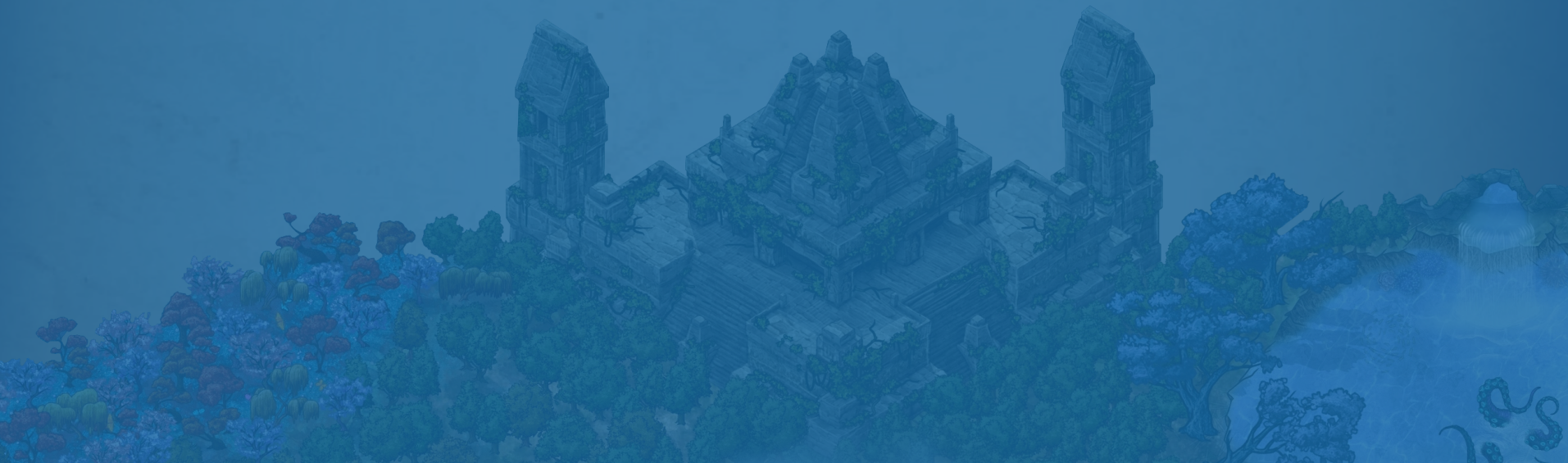
El hecho de realizar este proyecto como TFG ha supuesto diversidad de retos, sobre todo a la hora de adaptar mis conocimientos a un mundo tan complejo y alejado como es la educación, pero, siempre he considerado el diseño como una herramienta para encontrar soluciones a diversos problemas, por lo que este aspecto no paro mi motivación.

He de decir que llegar al resultado deseado no ha sido un camino fácil, a lo largo del proceso me he puesto a prueba y he salido de mi zona de confort, pero, este proyecto también ha conseguido emocionarme, al ver como las ideas tomaban forma gracias a todos los conocimientos adquiridos a lo largo del grado, además de la continua búsqueda de soluciones y el consejo de mi tutor.

En conclusión, este TFG ha sido una montaña rusa donde he podido afirmar el amor y pasión que mantengo por esta profesión, además de fortalecer las habilidades adquiridas a lo largo del grado e incluso recordar ciertos aspectos que tenía algo borrosos.

Mi intención es seguir trabajando en este proyecto y, con la ayuda de profesionales del sector educativo, llevar a cabo este juego de mesa y probarlo en las aulas.

Bibliografía | 6



Enlaces utilizados

Agudo, M. E. (2015, 24 diciembre). El Sistema Educativo Español: anticuado y obsoleto para los alumnos actuales. Blasting News. <https://es.blastingnews.com/opinion/2015/12/el-sistema-educativo-espanol-anticuado-y-obsoleto-para-los-alumnos-actuales-00705879.html>

Álvarez, P. (2011, 25 noviembre). «Nuestro sistema de aprendizaje está anticuado». El País. https://elpais.com/diario/2011/11/25/ultima/1322175602_850215.html

A. (2020, 10 diciembre). Maite Garaigordobil, pionera y referente de la psicología clínica infanto-juvenil en España. Red de Investigación interdisciplinar para la PROMoción de la salud mental y bienestar EMocional en los jóvenes. <https://redproem.es/2020/12/10/maite-garaigordobil-pionera-y-referente-de-la-psicologia-clinica-infanto-juvenil-en-espana/>

ABJ: aprender jugando, la metodología lúdica que funciona. (2017, 24 marzo). [Blog]. El Blog de Educación y TIC. <http://blog.tiching.com/abj-aprender-jugando-la-metodologia-ludica-que-functiona/>

A. (2020, 10 diciembre). Maite Garaigordobil, pionera y referente de la psicología clínica infanto-juvenil en España. Red de Investigación interdisciplinar para la PROMoción de la salud mental y bienestar EMocional en los jóvenes. <https://redproem.es/2020/12/10/mai->

[te-garaigordobil-pionera-y-referente-de-la-psicologia-clinica-infanto-juvenil-en-espana/](https://redproem.es/2020/12/10/mai-te-garaigordobil-pionera-y-referente-de-la-psicologia-clinica-infanto-juvenil-en-espana/)

Barrientos, J. J. G. (s. f.). Componentes de un Juego de Mesa. Scribd. <https://es.scribd.com/doc/31948922/Componentes-de-un-Juego-de-Mesa>

B. (2022, 7 marzo). ¿Por qué aprender jugando? - Educación positiva | BNS Schools. Brains Nursery School. <https://brainsnursery.com/razones-aprender-jugando/>

Casanova, M. A. (2021, 6 abril). ¿Pensamiento crítico o memorización? Así es la educación que viene. The Conversation. <https://theconversation.com/pensamiento-critico-o-memorizacion-asi-es-la-educacion-que-viene-158386>

Caballero, D. S. (2015, 29 noviembre). Las escuelas se olvidan de la creatividad de los alumnos. ElDiario.es. https://www.eldiario.es/sociedad/fomentar-creatividad-resolver-problemas-manana_1_2367882.html

Cuadrado, S. (2021, 4 marzo). «El sistema educativo español está obsoleto». BikiniBurka. <https://bikiniburka.org/el-sistema-educativo-espanol-esta-obsoleto/>

De Santiago, J. L. Z. (2019, 3 septiembre). Los Elementos de un Juego de Mesa. La Matatena. <https://la-matatena.com/los-elementos-de-un-juego-de->

mesa/

E. (2020, abril 22). España es el país con mayor tasa de abandono escolar de la UE. Elperiodico. <https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20200422/espana-pais-mayor-tasa-abandono-escolar-ue-educacion-7936724>

Elementos de la experiencia de juego - Juan Carballal. (2017, 4 diciembre). [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=9xy1_qHif9E

elplural.com - Periódico Digital Progresista. (2018, 28 septiembre). La historia del juego. El Plural. https://www.elplural.com/sociedad/la-historia-del-juego_107232102

El poder del juego: cómo la diversión y los juegos ayudan a los niños a prosperar. (s. f.). HealthyChildren.org. <https://www.healthychildren.org/Spanish/ages-stages/toddler/fitness/Paginas/Caution-Children-at-Play.aspx>

Gamificación: el aprendizaje divertido | educativa. (2013, 1 noviembre). [BLog]. educativa.com. <https://www.educativa.com/blog-articulos/gamificacion-el-aprendizaje-divertido/>

Invitado, A. (2018, 5 octubre). Los desafíos del pensamiento crítico en la educación del siglo XXI. Enfoque Educación. <https://blogs.iadb.org/educacion/es/educacionsigloxxi/>

J. (2019, 16 diciembre).  Qué tipos de juegos de mesa

hay. Padres Frikis. <https://padresfrikis.com/que-tipos-de-juegos-de-mesa-hay/>

Juegos Didácticos - Juguetes Educativos - Materialescolares.es. (s. f.). Materialescolares. <https://www.materialescolares.es/juegos-didacticos/>

La escuela no enseña a razonar, sino a memorizar. (2015, 7 julio). Universia. <https://www.universia.net/es/actualidad/orientacion-academica/escuela-enseña-razonar-sino-memorizar-1127859.html>

Luque, J. (2022, 17 febrero). 5 motivos por los que el sistema educativo nos convierte en zombis. Libres Viajeros. <https://libresviajeros.com/la-educacion-mata-la-creatividad/>

Lendoiro, G. (2014, 15 febrero). ¿Por qué fracasa el sistema educativo español? abc. <https://www.abc.es/familia-educacion/20140215/abci-fracaso-escolar-clases-201402141156.html>

L. (2021, 22 diciembre). Los 22 mejores juegos de mesa educativos de 2022. MesaJuegos. <https://mesajuegos.com/juegos-de-mesa-educativos/>

Marqués, J. M. (2019, 20 junio). ¿Qué tipos de juegos de mesa existen? Juegos de mesa y rol. <https://juegosedemesayrol.com/blog/tipos-de-juegos-de-mesa/>

Montes, E. (2022, 27 mayo). Los 12 tipos de juegos que existen (y sus características). estilonext. <https://estilonext.com/estilo-de-vida/tipos-de-juegos>

Oposinet. (s. f.). Tema 30 - El juego: Concepto y características. Teorías más representativas. El juego como recurso educativo y su importancia en el desarrollo. Tipos de juegos. Evolución del juego. <https://www.oposinet.com/temario-tecnico-educacion-infantil/temario-1-tecnico-de-educacion-infantil/tema-30-el-juego-concepto-y-caracteristicas-teoras-ms-representativas-el-juego-como-recurso-educativo-y-su-importancia-en-el-desarrollo-tipos-de-juego-evolucion-de/>

Pasa, Q. (2014, 9 octubre). ¿Por qué juegan los niños? Qué Pasa. <https://quepasamedia.com/noticias/a-corazon-abierto/por-que-juegan-los-ninos/>

Pinion, D. (2020, 27 octubre). El pensamiento crítico en la educación. Pinion Education. <https://pinion.education/es/blog/el-pensamiento-critico-en-la-educacion/>

Rius, M. (2015, 9 noviembre). ¿La escuela mata la creatividad? La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/estilos-de-vida/20120203/54247867713/la-escuela-mata-la-creatividad.html>

R. (2020, 18 enero). Roberto Arrocha: "El sistema educativo se ha quedado anticuado". La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/vida/20200118/472942556503/roberto-arrocha-el-sistema-educativo-se-ha-queda-anticuado.html>

S., S., S., & S. (2017, 5 septiembre). 35 juegos de mesa educativos que deberían estar en todas

las aulas – BLOG. Sigedu. <https://sigedu.pe/blog/2017/09/05/35-juegos-de-mesa-educativos-que-deberian-estar-en-todas-las-aulas/>

S. (2015, 2 marzo). La historia del juego en la sociedad. Sociólogos | Blog de Actualidad y Sociología. <https://sociologos.com/2015/03/02/la-historia-del-juego-en-la-sociedad/>

Sáez Rodríguez, G., & Monroy Antón, A. (s. f.). Evolución del juego a lo largo de la historia. efdeportes.com. <https://www.efdeportes.com/efd143/evolucion-del-juego-a-lo-largo-de-la-historia.htm>

S. (2017, enero 10). La creatividad en nuestros colegios, asignatura pendiente. SchoolMarket | Marketing y Comunicación para centros educativos. <https://www.schoolmarket.es/la-creatividad-en-nuestros-colegios-asignatura-pendiente/>

Servimedia. (2021, 24 junio). España fue en 2020 el país con la segunda tasa más alta de abandono escolar prematuro en Europa. elEconomista.es. <https://www.economista.es/ecoaula/noticias/11290570/06/21/Espana-fue-en-2020-el-pais-con-la-segunda-tasa-mas-alta-de-abandono-escolar-prematuro-en-Europa.html>

S. (2020b, agosto 29). «El modelo educativo está obsoleto y no es culpa de los docentes»: Manuel Castells. Semana.com Últimas Noticias de Colombia y el Mundo. <https://www.semana.com/educacion/articulo/entrevista-con-manuel-castells-sobre-educacion-y-crianza/561097/>

T. (2020b, junio 1). ¿Sabes cuántos tipos de juegos de mesa existen? Turol Games. <https://www.turolgames.com/juegos-mesa-rol-miniaturas/sabes-que-tipo-de-juegos-de-mesa-existen-esperamos-no-dejarnos-ninguno/>

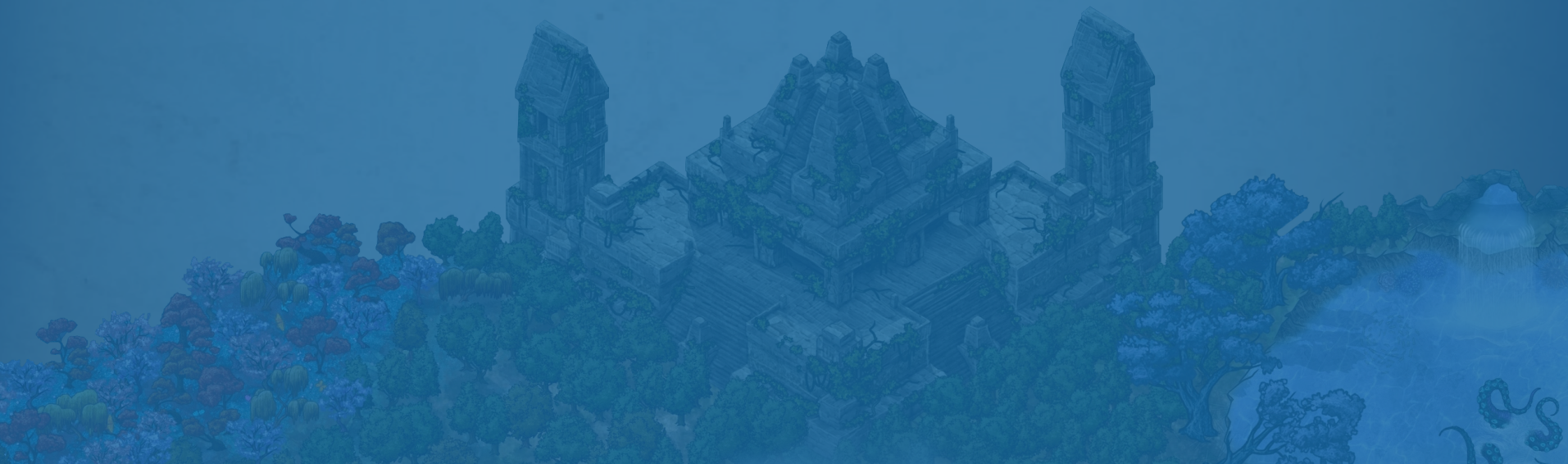
T. (s. f.). Aprender jugando, el mejor método educativo. [www.todopapas.com. https://www.todopapas.com/ninos/educacion/aprender-jugando-el-mejor-metodo-educativo-9889](https://www.todopapas.com/ninos/educacion/aprender-jugando-el-mejor-metodo-educativo-9889)

Tavares, A. L. (2019, 5 marzo). La creatividad, un papel secundario en la Educación. Magisnet. <https://www.magisnet.com/2019/02/la-creatividad-un-papel-sekundario-en-la-educacion/>

Thinkidz, S. L. (s. f.). Juguetes de aprendizaje y juegos didácticos. MiniKidz. <https://www.minikidz.es/juguetes/juegos-didacticos/>

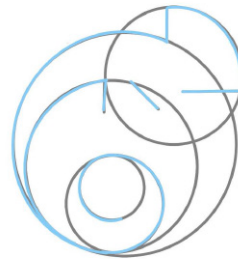
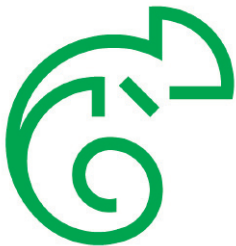
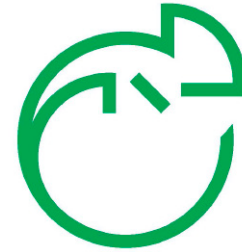
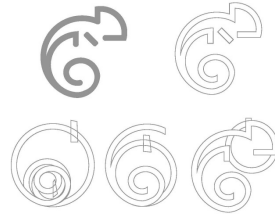
73 juegos de mesa educativos que deberían estar en todas las aulas (y casas). (s. f.). Educación 3.0. <https://www.educacionrespuntocero.com/recursos/juegos-mesa-educativos-clase-aula/>

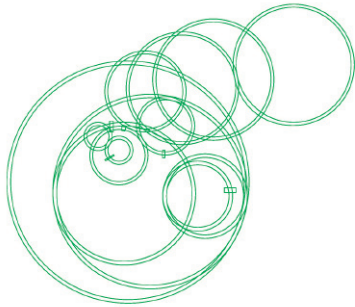
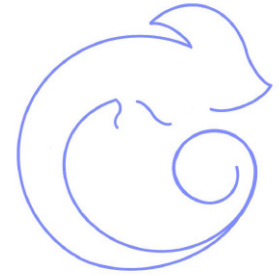
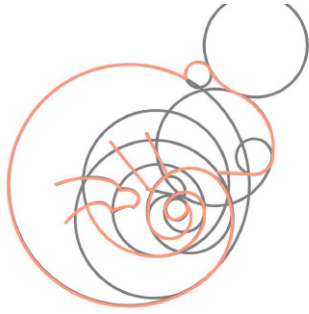
Anexos | 7

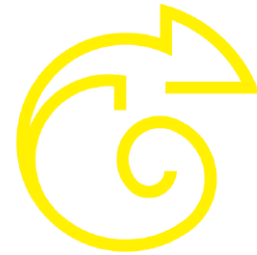
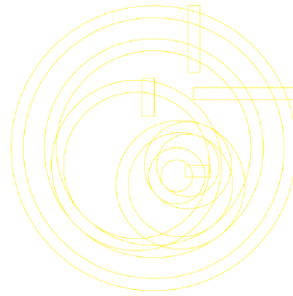


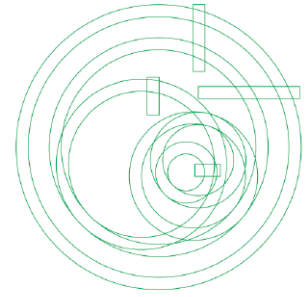
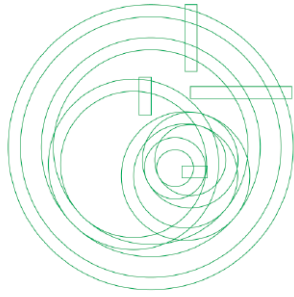
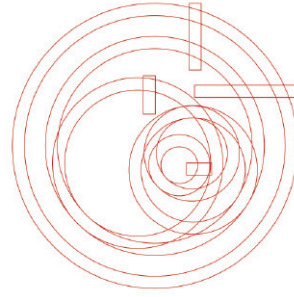
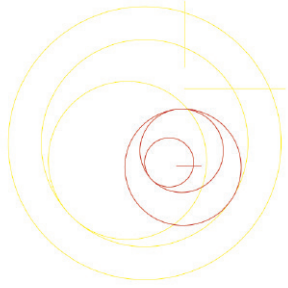
Anexo 1

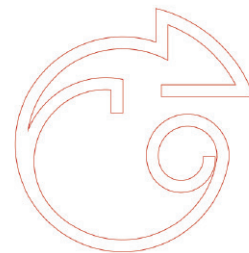
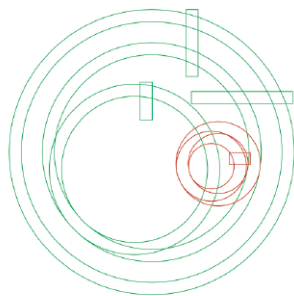
Proceso de creación de la IVC





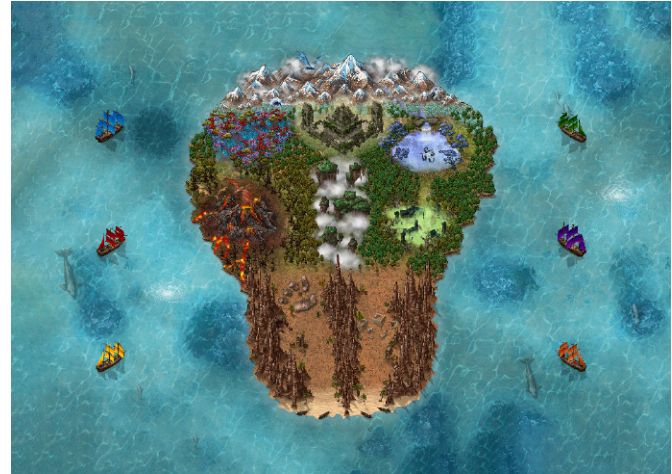






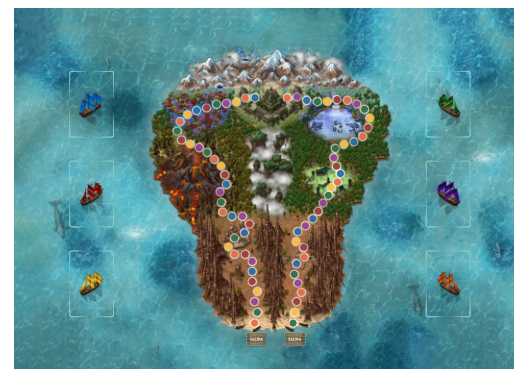
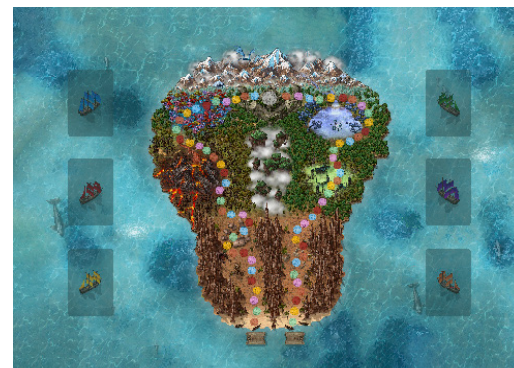
Anexo 2

Partes del proceso de creación de la
ilustración principal



Anexo 3

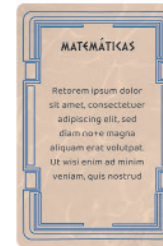
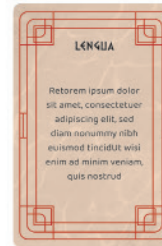
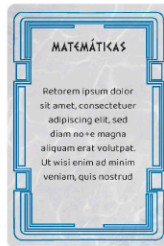
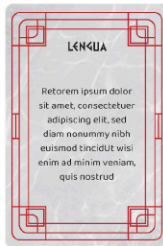
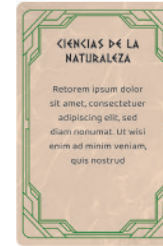
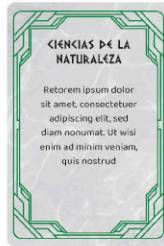
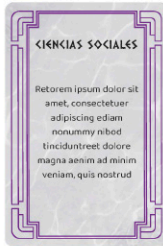
Cambios en la apariencia del tablero

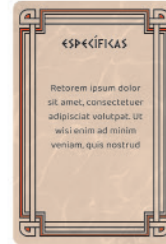
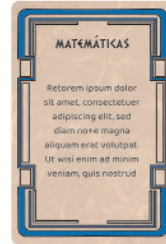
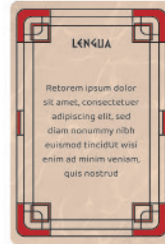
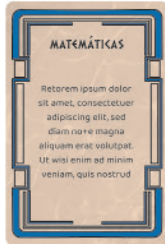
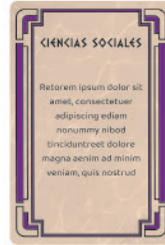
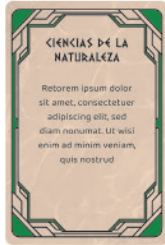
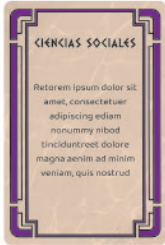


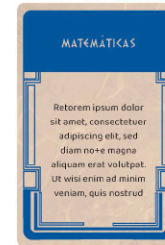
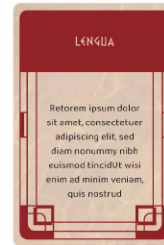
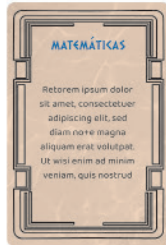
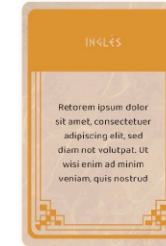
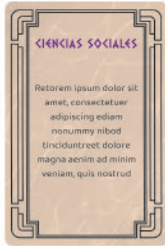
Anexo 4

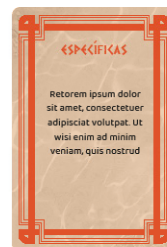
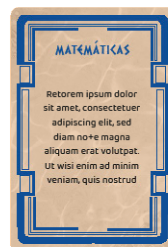
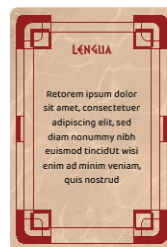
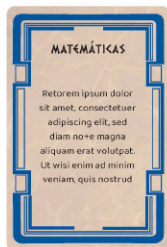
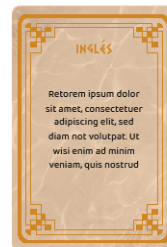
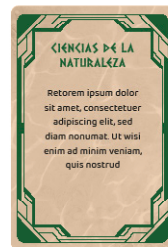
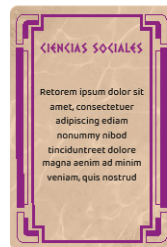
Proceso de creativo de las cartas







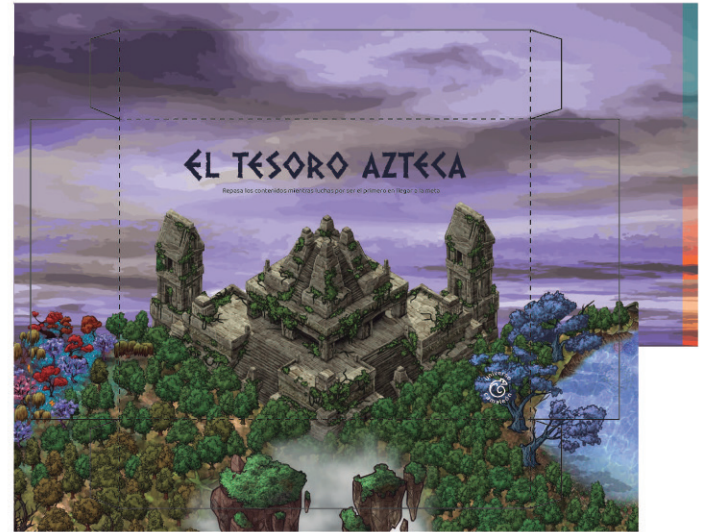
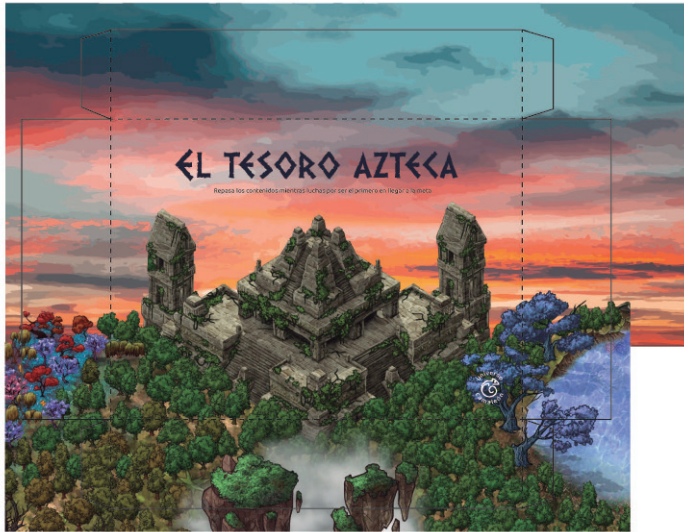




Anexo 5

Diversas versiones del packaging,
durante el proceso de creación



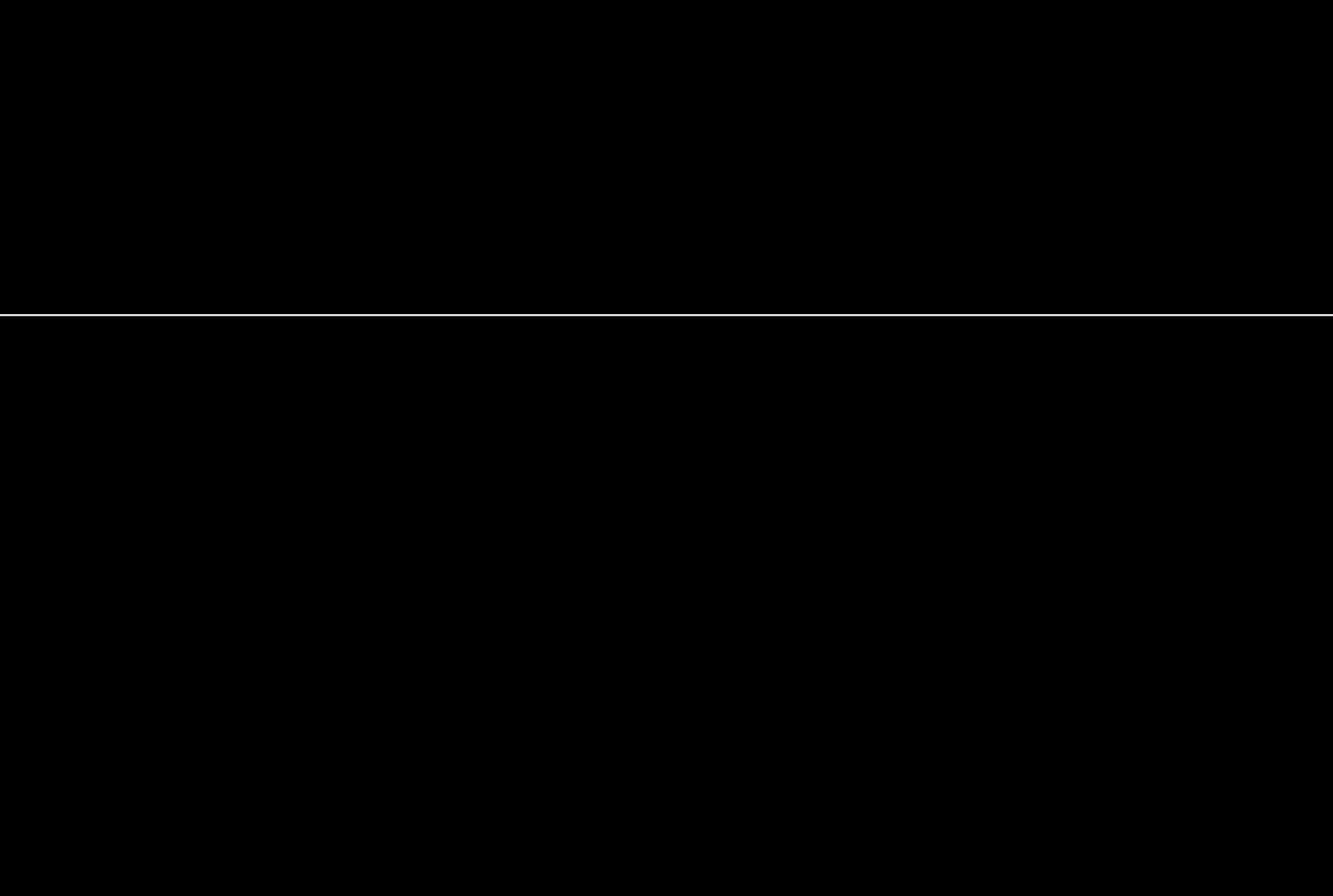




Manual de identidad

8





Manual de Identidad Visual Corporativa



Judit Díaz García

Grado en diseño, 2021-2022

Universidad de La Laguna



Judit Díaz García

Universo Camaleón - 2022 ©

Autora

Judit Díaz García

Tutor

Francisco Javier Torres Franquis

Facultad de Bellas Artes
Grado en Diseño
Facultad de Bellas Artes
Universidad de La Laguna

Curso Académico 2021 - 2022

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

Universo Camaléon

Esta empresa es creada es creada con la intención de fomentar mediante el diseño estrategias didácticas que ayuden a las nuevas generaciones a poder aprender y repasar los contenidos de las diversas materias de una manera lúdica, consiguiendo tener un aprendizaje significativo mediante la experiencia de juego.

¿Cuál es el propósito de este manual?

Este manual ofrece las normas básicas para el correcto uso y aplicación de la identidad visual corporativa de la empresa, en todas sus posibles aplicaciones. Por tanto, lo que pretende es normalizar los elementos gráficos que se deberán emplear por todas las personas responsables de la representación de dicha identidad.

Si se hace un buen uso de este manual se podrá mantener la homogeneidad en todas las aplicaciones de la marca, lo que conseguiría crear una imagen memorable y fácilmente identificable para nuestros clientes. Por esta razón, estas normas son de obligatorio cumplimiento.

La idea principal de la empresa es crear una amplia gama de productos con diversos escenarios y mundos fantásticos en los que los alumnos se puedan adentrar para aprender de una manera diferente a la que están acostumbrados actualmente. Buscando que estos disfruten de su proceso de aprendizaje.

Naming

El camaleón es un animal conocido por su capacidad de cambiar de color, por lo tanto, por ello se ha seleccionado como referente de nuestra empresa, ya que nuestros productos tienen la capacidad de adaptarnos o cambiar ante diversas situaciones.

Índice

1. Construcción y versiones	161	6. Sistema de señalización	219
2. Tipografías corporativas	181	7. Vestuario y uniformes	225
3. Colores corporativos	187	8. Aplicación en flota de vehículos y transporte	231
4. Papelería corporativa	197	9. Web y redes sociales	237
5. Material POP y merchandising	211		

1. Construcción y versiones

1.1. Elementos básicos

1.2. Construcción / estudio de proporciones del símbolo.

1.3. Versiones en positivo, negativo y escala de grises del símbolo.

1.4. Construcción / estudio de proporciones del logotipo.

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

1.6. Construcción / estudio de proporciones del conjunto visual identificador.

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

1.8. Área de protección.

1.9. Tamaños mínimo de reducción.

1.1. Elementos básicos de identidad

Marca



Símbolo

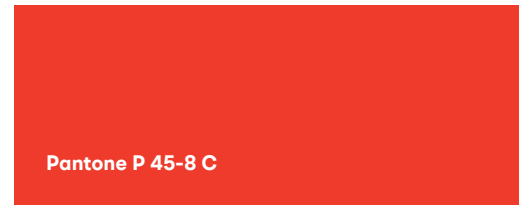


Los elementos básicos de una identidad visual corporativa hacen referencia al eje de este sistema de identificación. Estos elementos han sido creados y diseñados para representar los valores de nuestra marca.

Colores



Pantone P 106-8 C



Pantone P 45-8 C

Se consideran elementos básicos el imago tipo, la simbología, la gama cromática y las tipografías.

Tipografía corporativa

Baloo Da 2 semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU-
VWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

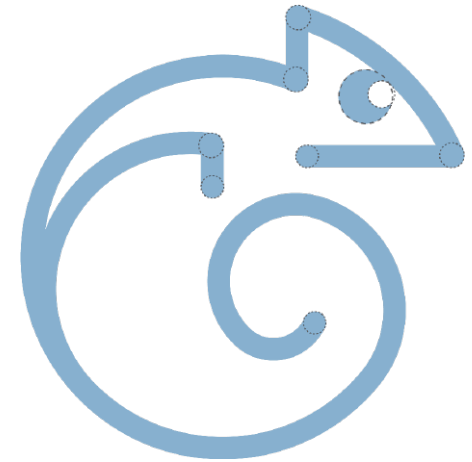
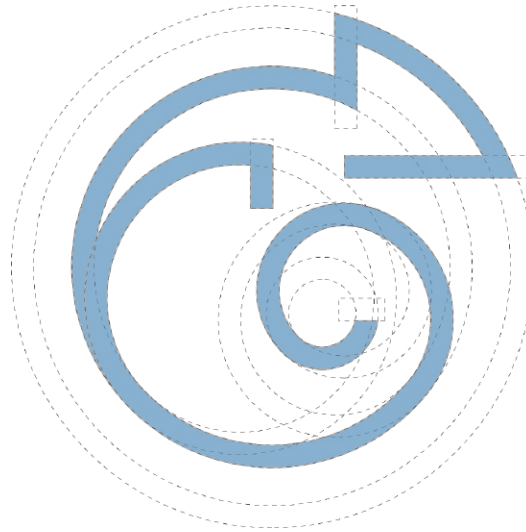
1.2. Construcción/estudio de proporciones del símbolo

El símbolo visual o ícono gráfico es un elemento de nuestra identidad visual corporativa que puede utilizarse de manera independiente o con el conjunto tipográfico.

El símbolo no debe ser alterado de ninguna forma y debe utilizarse tal y como se describe en el presente manual.

Este símbolo pretende representar los valores de la empresa y ser fácilmente reconocible, por lo que era esencial que quedara bien definida la forma del cuerpo del camaleón.

Por otra parte, se decidió huir de las formas orgánicas abstractas, realizando el diseño con una base geométrica y buscando un resultado minimalista.

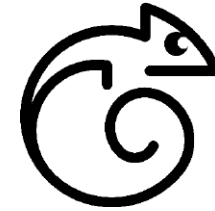


1.3. Versiones en positivo, negativo y escala de grises del símbolo

En este apartado se puede observar como se debe reproducir el símbolo en sus colores corporativos, forma en la que deberá ser representada siempre que sea posible.

Asimismo, en esta página se reproduce la forma en la que este deberá ser representado, en caso de ser necesaria su reproducción en blanco y negro (escala de grises).

Versión positiva



Versión negativa



1.4. Construcción/estudio de proporciones del logotipo

Se utiliza la tipografía Baloo Da 2 semi bold para la construcción del logotipo.

Asimismo, se inscribe dentro de una circunferencia, para crear la referencia visual de un sello antiguo.

Aunque se ha mostrado la construcción del logotipo por separado, realmente no puede utilizarse por sí solo en este caso, ya que al encontrarnos con un isologo el logotipo no puede ser utilizado de forma independiente.



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

En este apartado se puede observar como se debe reproducir el logotipo en sus colores corporativos, forma en la que deberá ser representada siempre que sea posible.

Asimismo, en esta página se reproduce la forma en la que este deberá ser representado, en caso de ser necesaria su reproducción en blanco y negro (escala de grises).

Versión positiva



universo
camaleón



universo
camaleón

Versión negativa



1.6. Construcción/estudio de proporciones del conjunto visual identificador

Gracias a las distintas medidas relativas de construcción de la marca podemos definir las proporciones y guías útiles para la correcta representación de dicha identidad.

Se ha asignado el ojo como base para designar la separación entre el símbolo y la parte tipográfica, siendo esta (en las letras donde se indica) de un ojo y 1/4.



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

Siempre que sea posible se utilizará la marca de sus colores corporativos. Pero para garantizar la legibilidad en distintos fondos es necesario la realización de diferentes versiones de marca.

Por esta razón, en esta página se reproduce la forma en la que este deba ser representado, en caso de ser necesaria su reproducción en blanco y negro (escala de grises).

Versión positiva



Versión negativa



1.8. Área de protección

Para poder conseguir una correcta legibilidad de la marca se debe mantener un área de protección o reserva que será un espacio mínimo que deberá quedar libre de cualquier otro elemento gráfico (que será representada mediante la letra "o" de "universo").

Esta regla, como ya se ha comentado, hace referencia a los mínimos. Si se puede mantener un espacio más amplio alrededor de nuestra marca será más conveniente.



1.9. Tamaños mínimo de reducción

El tamaño mínimo hace referencia a la dimensión más pequeña en la que se puede reproducir esta marca, de manera obligatoria, que en este caso sería de 1cm de ancho en la versión principal y 2cm de ancho en la secundaria. No tener en cuenta estos factores podría perjudicar la legibilidad de la identidad.

En caso de utilizarse en espacios más pequeños, podríamos utilizar como identificador el símbolo del isologo de forma separada, con un tamaño de 10 mm, ya que para este tipo de tamaños tan reducidos, el uso de la tipografía no es aconsejable ya que pierde visibilidad.



2. Tipografías corporativas

2.1. Tipografía principal o corporativa.

2.2. Tipografía/s complementaria/s

2.1. Tipografía/s complementaria/s

Como tipografía complementaria se utilizará la tipografía BR Omega. Una tipografía que se complementa perfectamente con la tipografía corporativa y es más adecuada para textos largos, puesto que cuenta con una mejor legibilidad.

BR Omega light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

BR Omega semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

2.1. Tipografía principal o corporativa

El uso de la tipografía corporativa es esencial para establecer la armonía y reconocimiento de nuestra marca. Por esta razón, se deberá utilizar en todas las aplicaciones corporativas impresas o digitales.

La tipografía corporativa es la Baloo Da 2. Se escoge una tipografía palo seco de formas redondeadas puesto que esta expresa modernidad y juventud, aspectos esenciales en nuestra empresa, pero a la vez las tipografías sans serif denotan profesionalidad, esencial para poder situarnos bien en el mercado y ganarnos la confianza de los diferentes docentes.

Baloo Da 2 regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Baloo Da 2 semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

3. Colores corporativos

3.1. Paleta de color principal

3.2. Paleta de color secundaria

3.3. Uso de la marca sobre fondos de color

3.1. Paleta de color principal

El color es un componente fundamental de la identidad visual corporativa y debe aparecer en todas las comunicaciones para que sea reconocibles.

El color corporativo es el azul (que genera confianza, tranquilidad e intronspcción) y el naranja (relacionado con la sociabilidad, la actividad, la originalidad y el entusiasmo)

En esta página se recogen las diferentes composiciones y tramas del color corporativo, para asegurarnos de su correcta reproducción.

Pantone P 106-8 C



CMYK

100
52
0
0

RGB

20
10
162

Hexadecimal

#1464a2

Pantone P 45-8 C



CMYK

0
91
92
0

RGB

230
48
32

Hexadecimal

#e63020

3.2. Paleta de color secundaria

La paleta de color secundaria (figura 11) será aquella que acompañará como complemento a nuestra imagen, además de otorgarle otro tipo de colores que sean llamativos y contrastados; se han seleccionado colores que combinan con la paleta principal y que hacen alusión a la naturaleza del entorno.

En esta página se recogen las diferentes composiciones y tramas del color corporativo, para asegurarnos de su correcta reproducción.

Pantone P 93-6 C



CMYK

54
72
0
0

RGB

141
91
161

Hexadecimal

#8d5ba1

Pantone P 179-11 C



CMYK

0
0
0
73

RGB

104
104
103

Hexadecimal

#686867

3.3. Uso de la marca sobre fondos de color

Fondos corporativos

En esta página se muestra cómo se debe reproducir la marca sobre distintos fondos de color corporativo.



3.3. Uso de la marca sobre fondos de color

Fondos de paleta secundaria

En esta página se muestra cómo se debe reproducir la marca sobre distintos fondos de color corporativo.



4. Papelería corporativa

4.1. Primera hoja de carta

4.2. Segunda hoja de carta

4.3. Sobre apaisado liso

4.4. Sobre apaisado con ventanilla

4.5. Tarjeta comercial

4.6. Carpeta dossier

4.1. Primera hoja de carta



© 2023 Universo Camaleón, S.L.

Calle la Berling, 54
 30019 San José de los Ríos
 España
www.universocamaleon.com



Título de la carta

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

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

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonu...

nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut nisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

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

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

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

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

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

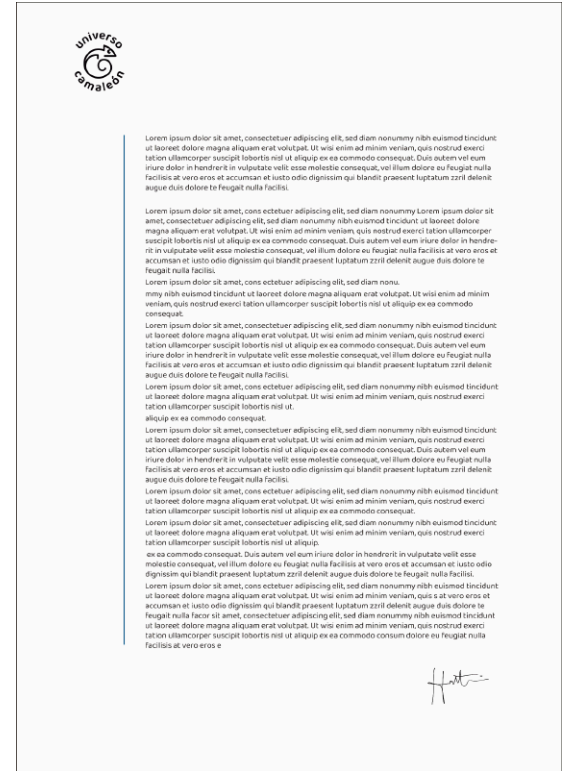
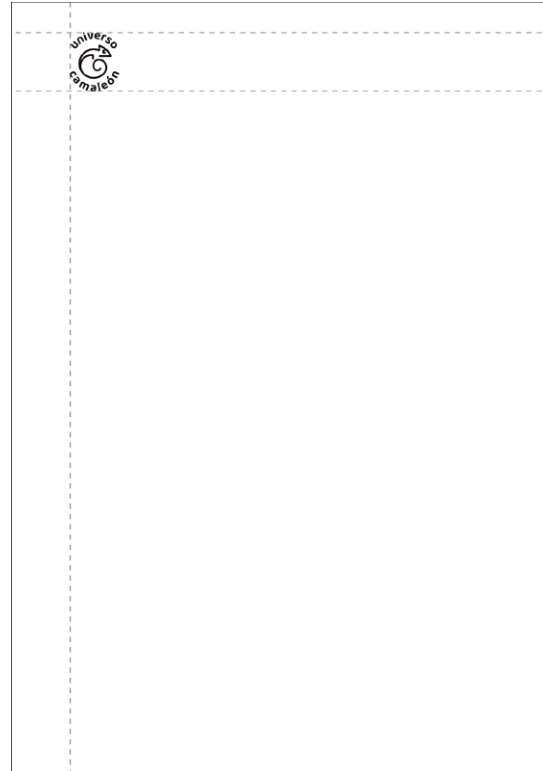
ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugiat nulla facilisis.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut nisi enim ad minim veniam, quis lat vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te

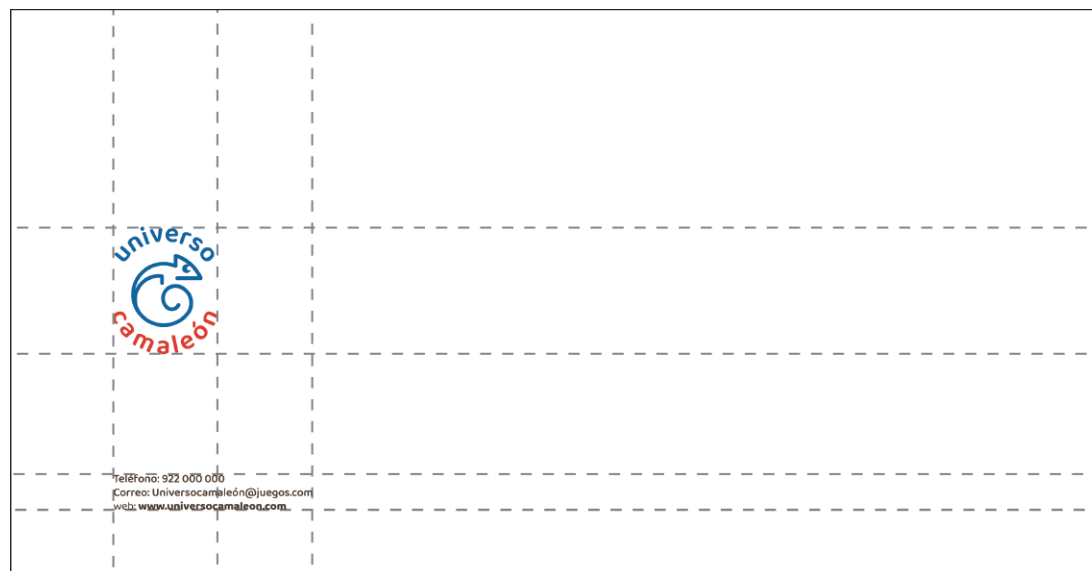
© 2023 Universo Camaleón, S.L.

Calle la Berling, 54
 30019 San José de los Ríos
 España
www.universocamaleon.com

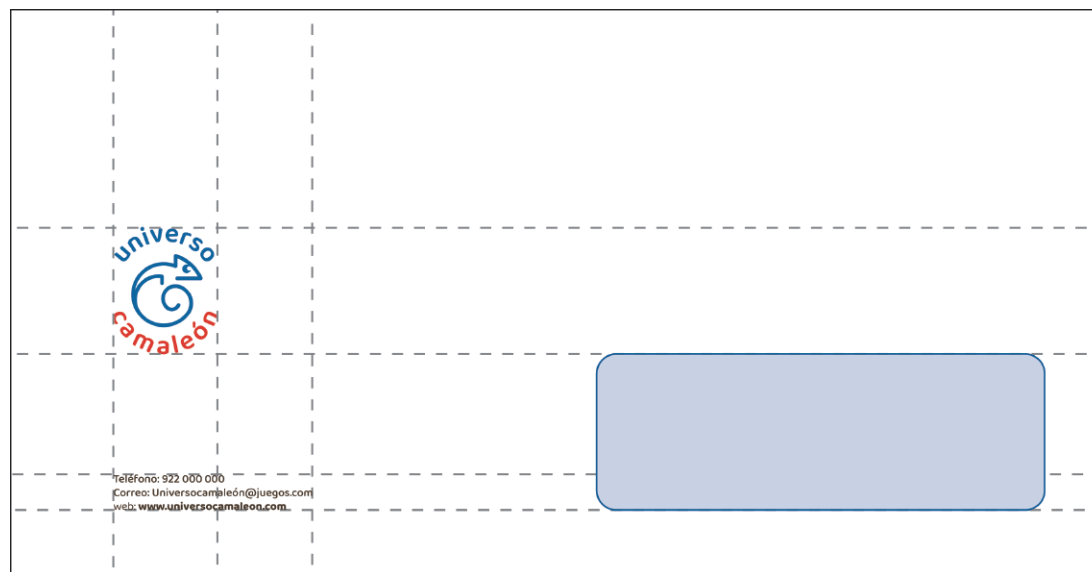
4.2. Segunda hoja de carta



4.3. Sobre apaisado liso



4.4. Sobre apaisado con ventanilla



4.5. Tarjeta comercial

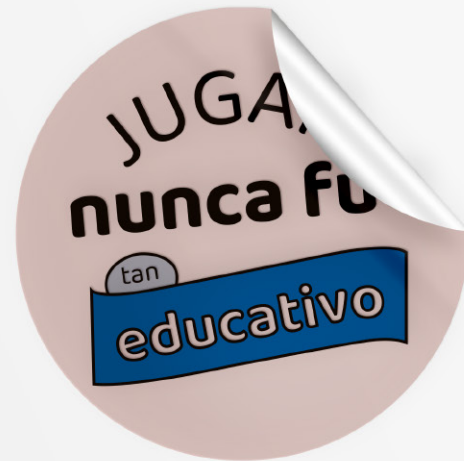
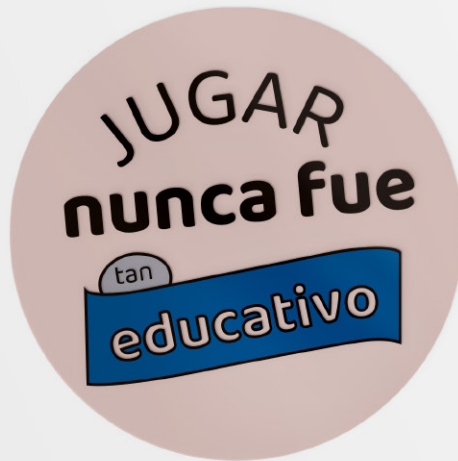


4.6. Carpeta dossier



5. Material pop y merchandising





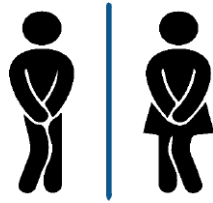






6. Sistema de señalización

Cuarto de baño



Baño de minusválidos



Parking



Salida



Sala de reunión



Dirección







Zona de reuniones



7. Vestuarios y uniformes







8. Aplicación en flota de vehículos y transporte



universo
camaleón

universo
camaleón

universo
camaleón

universo

universo

universo
camaleón

universo
camaleón

universo
camaleón

universo
camaleón





JUGAR
nunca fue
tan
educativo

universo camaleón

9. Web y redes sociales





PRODUCTOS ABOUT US

Buscar en web



Descubre nuestro nuevo juego

