

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Trompos Retro: Diseño y Concepto para creación de un videojuego con el Objetivo de dar a conocer los juegos tradicionales Quiteños

Diego Roberto Bonilla Valencia

Iván Burbano, M.A., Asesor del Proyecto de Titulación

Proyecto de Titulación presentado como requisito
Para la obtención del título de Licenciado en Diseño Comunicacional

Quito, septiembre 2013

Universidad San Francisco de Quito

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS

Trompos Retro: Diseño y Concepto para creación de un videojuego
con el Objetivo de dar a conocer los juegos tradicionales Quiteños

Diego Roberto Bonilla Valencia

Iván Burbano M.A.

Asesor del proyecto de titulación

Hugo Burgos, Ph.D.

Decano del Colegio de Comunicación

y Artes Contemporáneas

Quito, septiembre 2013

© Derechos de Autor

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma: _____

Nombre: Diego Roberto Bonilla Valencia

C. I.: 171613183-2

Fecha: Quito, septiembre 2013

RESUMEN

Este proyecto describe el proceso de estudio creativo e investigación que se hizo para poder realizar el videojuego “Trompos retro”. El público al quien va dirigido este proyecto es a jóvenes y adultos; jóvenes, especialmente, ya que han perdido las costumbres y tradiciones y han sido influenciados por la globalización. La tesis está dividida en varias secciones que muestran los procesos de investigación inicial, el planteamiento del problema y su solución, el estudio del target específico, procedimiento de la creación gráfica del proyecto y el producto final que se obtuvo. El objetivo principal de “Trompos retro” es que los jóvenes conozcan sobre los juegos tradicionales que se practicaban en Quito y que mediante el uso de la tecnología se pueda transmitir estas prácticas a futuras generaciones.

ABSTRACT

This project describes the creative process and research study that was done in order to make the game "Trompos retro". The audience to whom this project is aimed is young people and adults. Young people, especially, as they have lost the customs and traditions by the influenced of globalization. The thesis is divided into several sections showing the processes of investigation, the statement of the problem and its solution, the study of specific target, graphic creation process of the project, and the final product was obtained. The main objective of "Trompos retro" is that young people know about the traditional games practiced in Quito and using technology to convey these practices to future generations.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	5
Abstract.....	6
INTRODUCCIÓN	8
PROBLEMÁTICA	Error! Bookmark not defined.
 PROPUESTA DE DISEÑO	 26
 PARTIDOS DE DISEÑO	 28
CONCLUSIÓN	34
IMÁGENES COMERCIALES	35
REFERENCIAS.....	39

**Trompos Retro: Diseño y Concepto para creación de un videojuego con el
Objetivo de dar a conocer los juegos tradicionales Quiteños.**

INTRODUCCIÓN

El tema central que abarca este proyecto se trata sobre identidad y cómo podemos resolver un problema o exponer un fenómeno que se da alrededor de este proyecto mediante el uso del diseño gráfico. Además diseñar y crear un producto que sea comercial tanto como social. El propósito de este proyecto es conocer y aplicar el manejo del diseño, saber todos los pasos que va desde la investigación inicial, hasta realización de bocetos y producto final.

PROBLEMA/ FENÓMENO

El problema del proyecto trata sobre cómo se ha perdido parte de la cultura quiteña ya que no se practican los juegos tradicionales que se jugaban en Quito, por ejemplo: trompos, canicas, cocos entre otros. Actualmente estos juegos no son conocidos por las nuevas generaciones por el hecho que la cultura global a formado otra clase de identidad, toda este tipo de recreación que se practicaba se ha remplazado por los videojuegos electrónicos que cada vez forman una subcultura en estas personas.

OBJETIVOS

- Recuperar estos juegos tradicionales quiteños, para que no se pierda una parte de esta identidad.
- Mostrar a las nuevas generaciones dichos juegos de manera atractiva y actual.
- De alguna forma, otras personas puedan conocer parte de la cultura quiteña mediante estos juegos.
- Mostrar la historia de cómo estos juegos se inventaron y como fue evolucionando con el paso del tiempo.
- Que no se pierda el interés de estas tradiciones y más bien se siga promoviendo la practica estos juegos.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Se ha perdido la identidad de los juegos tradicionales a causa de otros factores como la globalización?
- ¿Cómo recuperar los juegos tradicionales, de manera que el diseño comunicacional intervenga?
- ¿Cómo insertar nuevamente estos juegos tradicionales al tiempo moderno de hoy?
- ¿Por qué los niños ya no están interesado en los juegos tradicionales hoy en día?
- ¿En qué juegos tradicionales se podría plasmar una identidad?

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

- **En cuanto a la metodología positivistas:**

Se realizara observaciones no participativas, encuestas, entrevistas en el campo académico, como investigar las teorías de juego, cómo se da la globalización etc.

- **En cuanto a la metodología interpretativa:**

Se participara en el problema o fenómeno ya explicado, para tener una experiencia más propia de lo que se está investigando, habrá más interacción con las personas estudiadas, se realizara brainstorming para sacar ideas y conclusiones, que servirán como un punto inicial de la investigación.

DELIMITACIÓN DE ESTUDIO

El público escogido para esta investigación serán jóvenes de aproximadamente una edad de 12 a 25 años, se escogió este target ya que muchas personas que comprenden este rango de edad porque están más integrados con la tecnología y ya no practican o no conocen de la historia y tradiciones de Quito.

PROPUESTA DEL PRODUCTO

Mediante las investigaciones realizadas y los objetivos planteados, el producto que se realizara será una videojuego para tabletas y smartphones, ya que los juegos tradicionales deberían ser más atractivos y evolucionar de

manera digital para que el público pueda en realidad conocer más de estas tradiciones.

INVESTIGACIÓN

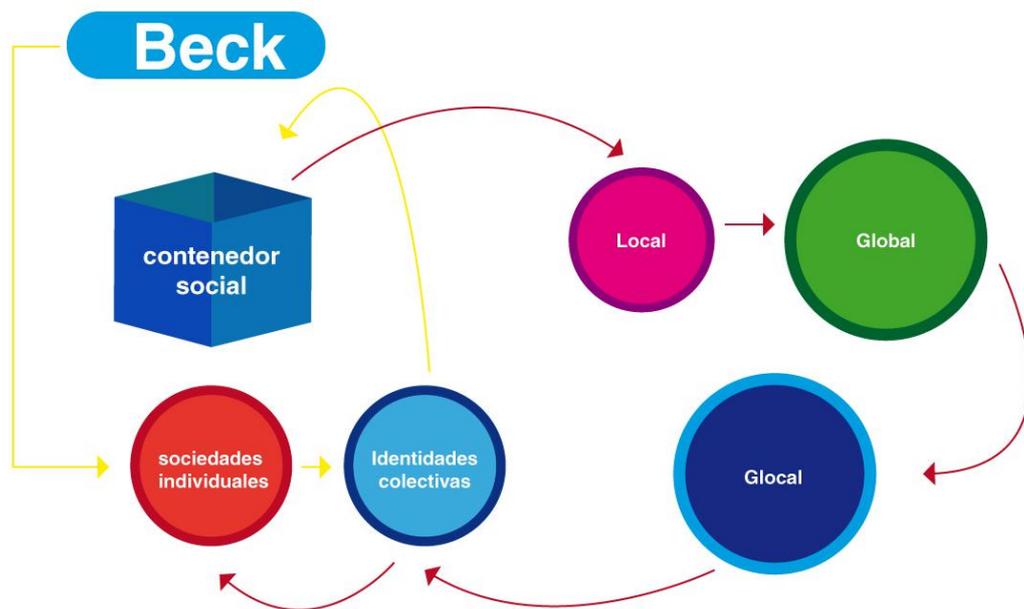
Ulrich Beck/ Qué es la globalización

- Desde el principio la burguesía ha marcado una diferencia en cuanto al mercado mundial, ya por la producción y consumo de todos los países.
- Los estados han perdido sus industrias nacionales, han sido remplazadas por nuevas industrias y estas constituye un peligro para algunas naciones
- La forma de pensar y relacionarse a nivel local y nacional, se ha convertido en una comunicación multilateral entre naciones, no solo políticamente, económicamente, sino también socialmente.
- Cerrarse en un entorno local como nación tendrá los días contados, ya que la unilateralidad no es funcional en estos tiempos.
- La teoría del contenedor de la sociedad.
- Todas las sociedades creen tener política y teóricamente un espacio estatal propio.
- El estado que controla una sociedad se consideran sociedades de orden estatal, un país o una nación.
- El concepto de lo político está vinculado al de Estado, no como se lo pensaba que estaba relacionado a la sociedad
- Todas las sociedades modernas se convierten en sociedades individuales y delimitadas unas con otras, sin embargo el Estado las agrupa como en un contenedor, dentro de las reglas de dicho Estado.
- Las sociedades individuales también se delimitan hacia fuera y se subdividen como internas, se las conoce como identidades colectivas.

- La globalización no tiene una sola definición, más bien son muchos factores que hacen que se produzca la globalización.
- Para poder enfocarnos en un verdadero significado de globalización debemos excluir todo pasajero, el estar al mismo tiempo aquí y allá
- No existe una sociedad totalmente global, existen 2, una es la sociedad local o estado nacional y la otra son las múltiples organizaciones transnacionales. Como grupos e individuos
- Las sociedad global, comparten diferentes procesos, existen muchos conflictos de identidad, socioculturales u orientaciones que conllevan a un modelo mundial
- -ejemplo de “África no es un continente, sino un concepto”
- África no está delimitado en ningún espacio geográfico, es una idea transnacional junto a una escenificación, es la forma de mostrar que es África a través de la gente, costumbres, danzas y tradiciones en diferentes partes del mundo.
- Eso es el espacio social transnacional
- Analiza a varios autores, y define como se da la globalización para cada uno de ellos.
 1. Descara que la globalización se da por la tecnología, la información y conocimiento; y mira más al sistema mundial político militar.
 2. Nacionalización, la globalización cultural y la glocalización, economía, tecnología, política, la cultura etc.
 3. Interacción social que elimina las distancia, capacidad inventiva de mundos e interacción de vida social y relaciones sociales de intercambio sin medir distancias.
 4. La globalización se da cuando la humanidad deja la política internacional (estados nacionales monopolizaban el escenario internacionales)y es cuando las estados nacionales deben consultar a organizaciones internacionales, como empresas internacionales, organizaciones internacionales y movimientos sociales

5. Gracias a la tecnología y la información, los manejos de medios de comunicación, que no hay distancias geográficas ni sociales.

Teoría del contenedor social.



The hard science of making videogames.

Este artículo habla sobre los problemas al momento de realizar un videojuego, como la elaboración en sí de los personajes y cada elemento dentro de un videojuego, y como toda esta producción llega a tener éxito al momento de comercializarlo.

Cada personaje y diseño trata de evitar entrar en el valle desconocido (uncanny valley) esta teoría la mencionó Masahiro Mori en 1970, se trata como el ser humano percibe la realidad sobre un objeto. Menciona que si un objeto tiene forma de humano pero esta no es parecida a un humano, la mente de un ser humano rápidamente crea características humanas que le hacen dar más empatía y aceptación, mientras que si un objeto tiene la forma de un humano además de sus características de manera realísticas, es decir casi humanas, una persona real resalta sus características menos reales creando un sentimiento de un ser extraño.

Se explica que un videojuego debe tener varias características al momento de ser comercializarse para tener éxito, se realizó un estudio en la universidad de Birmingham donde se hicieron varios análisis de videojuegos y determinaron estas características que le hacían ser exitosos. Lo que encontraron fue, una buena historia que sumerja al jugador y después una gráficas decentes, además de una buena interacción social con otros jugadores, especialmente de manera online y por ultimo un precio asequible.

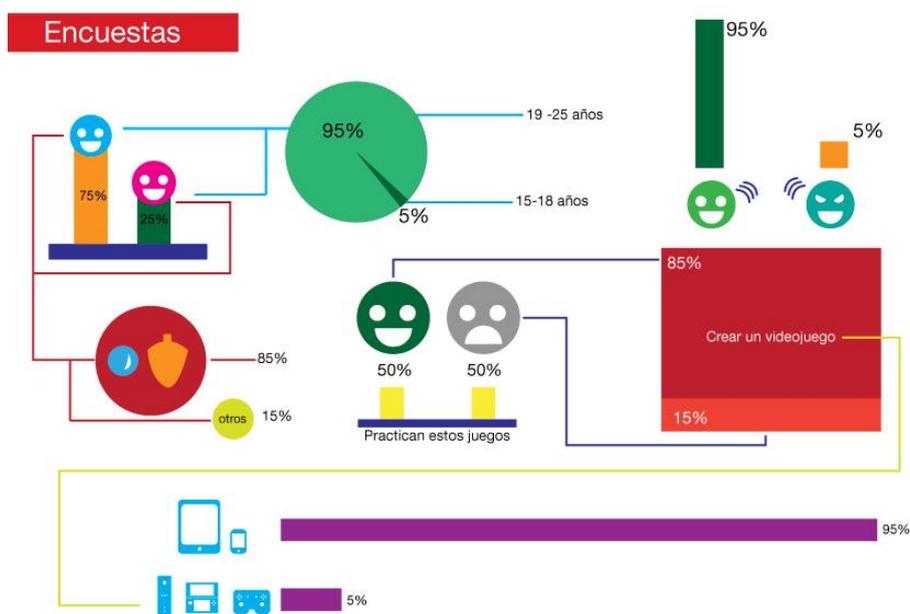
INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Encuestas

La muestra que se tomó para estas encuestas fueron 100 personas entre hombres y mujeres, como se puede ver en la gráfica existe un 75% mayor de sexo masculino frente un 25% grupo femenino, entre las edades, el porcentaje mayor de personas comprenden una edad entre 19-25 años y solo un 5% entre 16-18.

En cuanto a que juegos tradicionales el 85% prefirió los trompos y las canicas, mientras un 15% otros juegos como cocos, yoyo etc.

En cuanto si han practicado algunos de estos juegos existe un 50% que si lo han hecho y nunca han practicado. Un 85% respondió que les gustaría ver un juego en un dispositivo electrónico, mientras el 15% no. La plataforma más elegida entre la muestra fue dispositivos móviles como iPad y smartphone, dejando de lado consolas tradicionales. Mientras tanto en los comentarios un 95% apoyo la idead de crear un videojuego sobre juegos tradicionales y un 5% rechazo la idead.



Benchmarking de videojuegos

Se realizó un benchmarking de los videojuegos más populares para plataformas móviles, en este caso para el sistema operativo ios, de la lista 4 videojuegos resaltaban sobre los demás, estos son: cut the rope, where's is my water, plantas vs zombies, y angry birds.

Gracias a este análisis se puede deducir que tipo de entretenimiento se enfoca cada compañía y a que publico se dirige.

Bench Marking

	Precio	Multiplayer	Estilo	Horas de juego	gameplay	secuelas
	1.99	no	2D	15hrs	puzzles	si
	0.99	no	2D	20hrs	puzzles	si
	6.99	si	2.5D	15-20hrs	puzzles-action	no
	1.99	no	2D	30hrs	action	si
	1.99	si	3D	25hrs	action	no

Tipos Materiales

Esta investigación muestra los materiales tradicionales en los que se fabrican los trompos, como es la madera, cacho de vaca, plástico y metal. Además se investigó los posibles materiales para acoplarles al videojuego, esto son piedra, fibra de carbono, oro y otros metales.

Por último se muestra los tamaños de trompos existentes, así mismo las formas y grosor de las puntas.



Historia de los juegos tradicionales

- Comenzaron en los barrios más representativos de Quito como La Tola, La Magdalena, La Marín, San Roque. y alrededores de la plaza.
- A finales de los 50 y principios de los 70 estos juegos se popularizaron de manera que en todos los barrios se practicaban.
- Los juegos más populares eran los trompos y las canicas.
- La fabricación de estos trompos eran realizados por los artesanos del centro histórico y el material de elaboración era de cacho de toro.
- Los trompos de cacho blanco eran los más preciados por su rareza y escases.
- Las personas de pocas posibilidades usaban de madera.

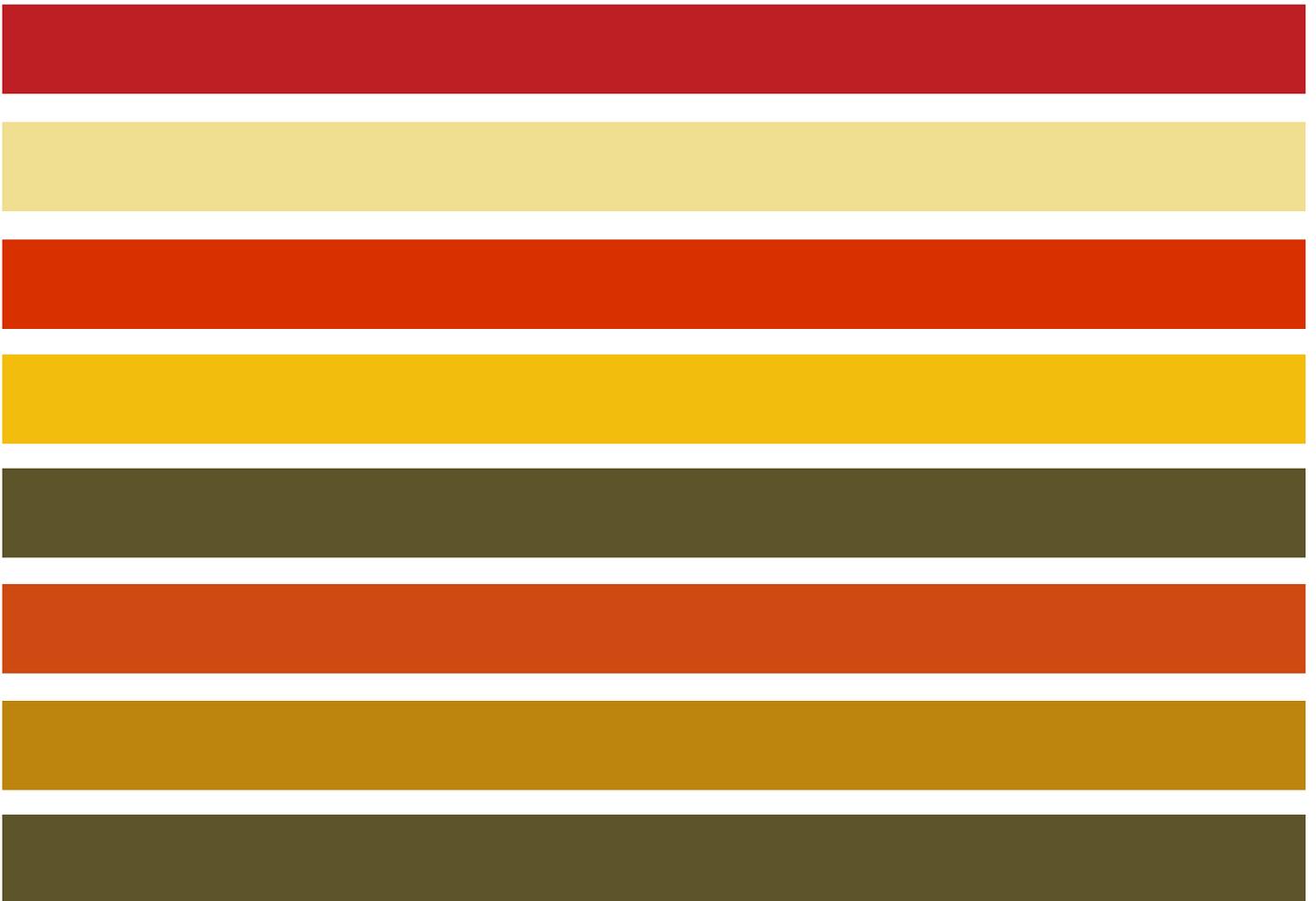
- En los días de verano se realizaban concursos de estos dos juegos, pero también la tradición era volar las cometas en el parque Ichimbía.
- Se practicaba otros tipos de juegos como el zumbambico, huevos de gato, el yoyo, cocos y fichas.

PROCESOS CREATIVOS

Estilo y Colores

En cuanto al estilo del videojuego se decidió darle una visualización retro de los años 60, ya que en estas épocas este tipo de juego fue donde más popular se hizo y la mayoría de personas lo jugaban.

En cuanto a los colores se decidió dar una gama de tonos cálidos y poca saturación con una transición suave.



Gama de colores usados para el proyecto

Creación del logotipo

La representación del logotipo se basó en la silueta de un trompo, la idea es que el logo se sienta dinámico y fuerte a la vez así que se escogió una tipografía caligráfica que transmita esta sensación. Se trató de que el trompo dibujara las letras del propio nombre y así crear la composición.



Logotipo en blanco y negro y en negativo.



Logotipo final en fondo blanco



Logotipo para dispositivos móviles

Los logotipos que van en las aplicaciones móviles como Smartphone y Tablet, el primero es la versión gratis del juego, el segundo son para dispositivos móviles como teléfono y el tercero son para tabletas ya que este último necesita más resolución gráfica.



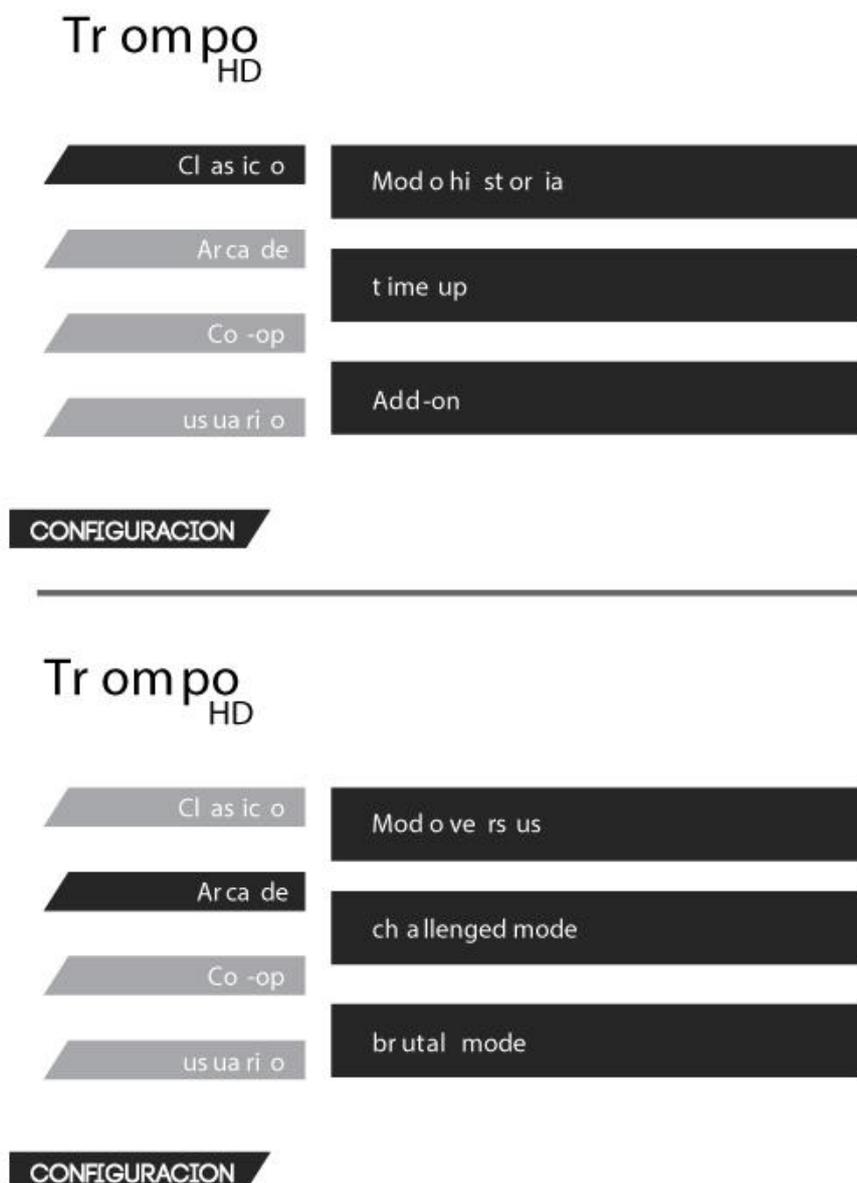
Iconos gráficos del juego



Esquema de menú del juego

La importancia de crear un esquema sobre los menús, nos ayuda cómo va la organización y las diferentes pantallas del videojuego, para después poder diseñar una interfaz gráfica correctamente y con menos errores de navegación.

Así mismo se dispone como se va a controlar el juego, en este caso es por medio de botones virtuales y el uso del giroscopio de los Smartphone. A continuación explicación gráfica de estos dos esquemas.





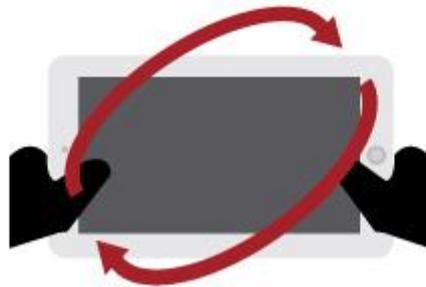
Envolver al trompo con la piola



Posición de partida



Lanzamiento del trompo



Movimiento del giroscopio para mover el trompo

Descripción y reglas del videojuego

- El videojuego está dividida en 3 partes, la primera: es el modo clásico, aquí es donde se podrá elegir en 2 modos de juego, el primero es el tradicional, el que todos conocemos que trata de eliminar el trompo del adversario, este modo contara con 30 fases y con 3 jefes finales por cada 10 fases, así mismo el jugador tendrá que cumplir ciertos retos para tener completar el juego al 100% y obtener recompensas.
- El segundo modo trata sobre cumplir una serie de retos en un tiempo determinado, esta fase contara con 10 niveles incluyendo el jefe final del nivel.
- Por otra parte encontraremos la tienda de upgrades, aquí es donde el jugador podrá personalizar los trompos que vaya ganando como ponerle mejores materiales, resistencia o velocidad. El método en que se van desbloqueando estas mejoras va hacer mediante los logros conseguidos.
- En cuanto a la fase arcade contara con 3 modos de juegos, estos modos se alejan a la idea clásica que tenemos sobre el juego tradicional, el primer modo trata sobre cumplir cierta cantidad de puntos obteniendo monedas y eliminando a trompos enemigos, así mismo esta fase cuenta con 20 niveles incluyendo 2 jefes finales, al terminar por completo todos los niveles se desbloquearan cinco niveles como fase bonus.
- El segundo modo de juego se trata de recoger el mayor número de estrella como se pueda, la dificultad en estos niveles tratara que el jugador no deje que su trompo deje de girar.
- El tercer modo se llama brutal mode, en esta fase el jugador tiene la opción de competir de dos formas, la primera trata de sacar a todos los trompos

posibles de la zona, tratando de recibir el menor daño posible, además la dificultad del juego será alta para poder darle un retro al jugador, la segunda parte tratara de enfrentar a todos los jefes finales de manera seguida pero en este caso el jugador no podrá restablecer su vida.

- Así mismo en el modo arcade encontramos la tienda de personalización donde podremos hacer mejoras a nuestros trompos.
- El tercer modo es el multijugador, en esta parte el jugador tiene la posibilidad de competir de manera local u online contra otros jugadores, cada vez que el jugador gane una partida este gana puntos de experiencia y va ascendiendo en niveles de dificultad donde se encuentra otros tipos de jugadores experimentados.
- En este modo también encontramos la parte de trofeos, aquí es donde el jugador conocerá datos acerca de todos los modos jugados, como porcentajes, puntos de experiencia, retos desbloqueados etc.
- El juego también contara con servicio de redes sociales, en esta parte se podrá compartir todo tipo de información relacionado al videojuego.

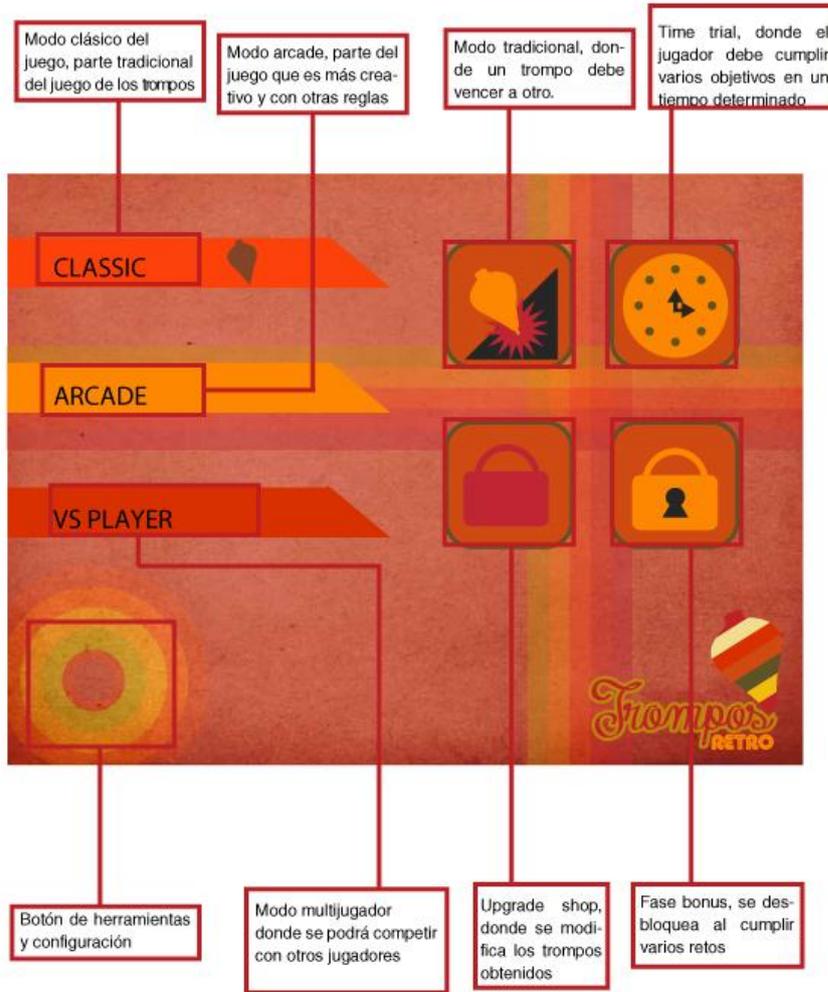
DESARROLLO DEL PRODUCTO

Silueta gris de un trompo, mientras el videojuego se está cargando, los colores de juego van llenando dicha silueta

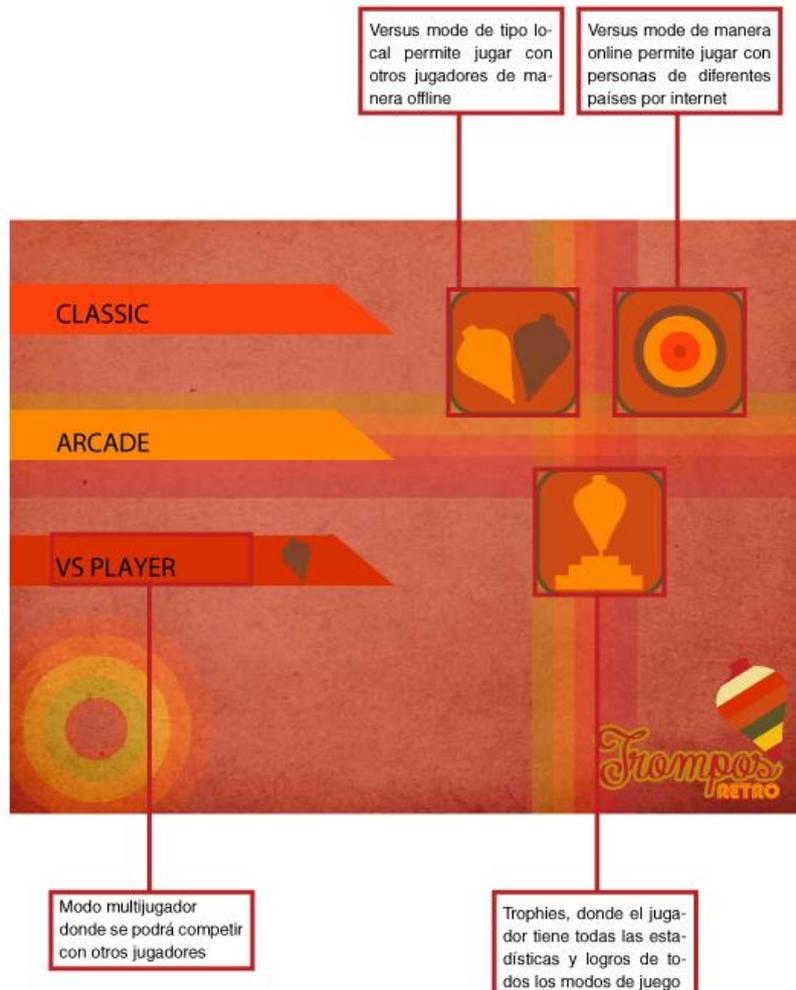


Pantalla anterior del juego

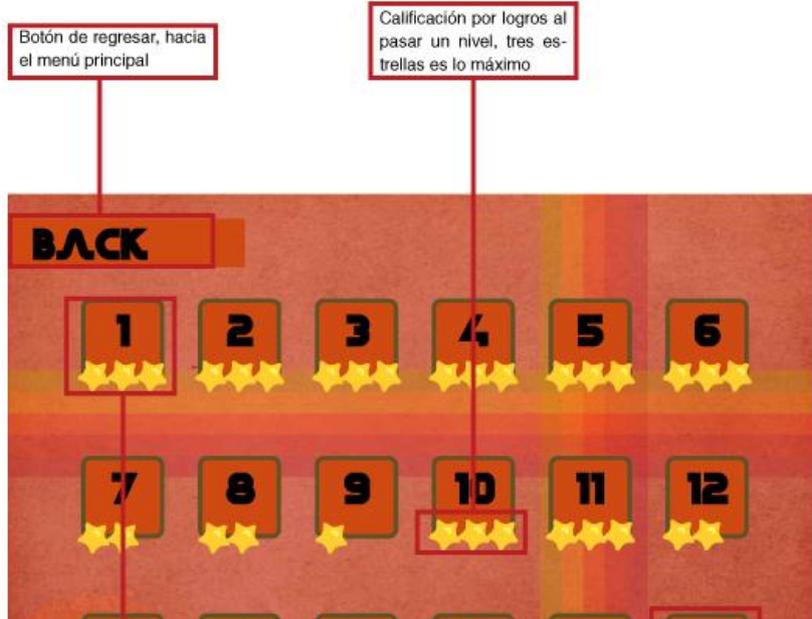
Menú principal/ modo classic



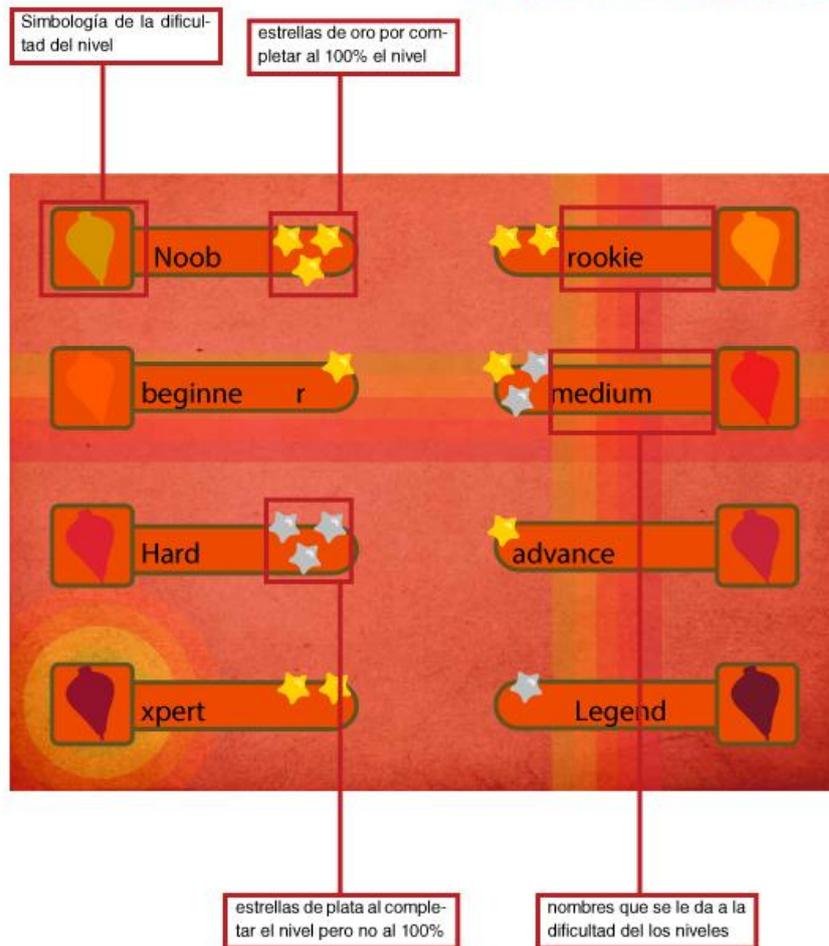
Menú principal/ modo vs player



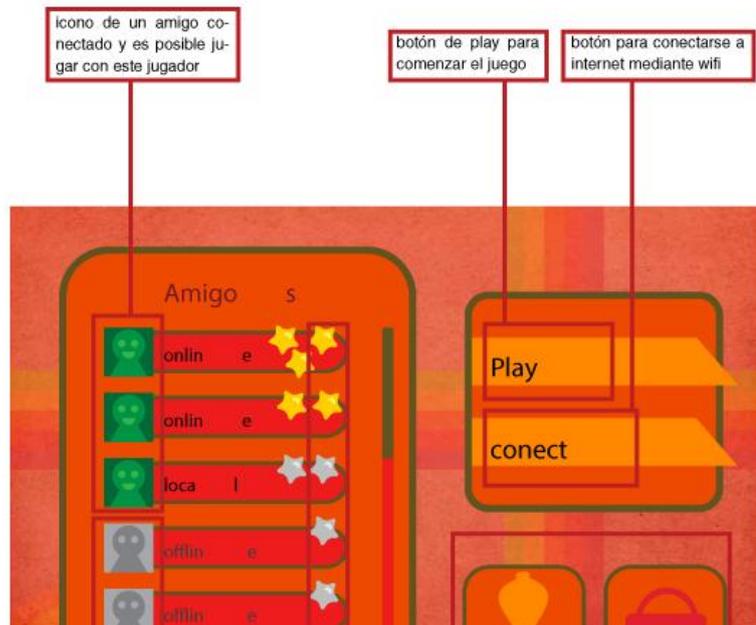
Menú de niveles/ modo classic



Menú de niveles/ modo arcade



Menú de niveles/ modo multiplayer

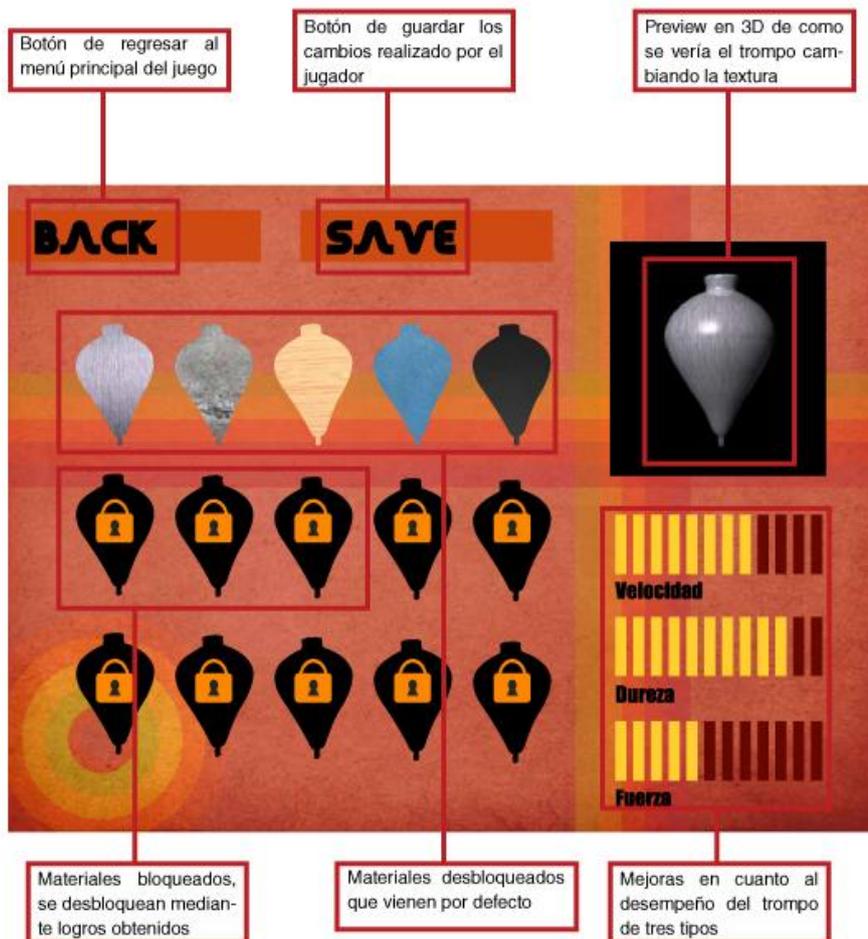


Icono de un amigo conectado y es posible jugar con este jugador

botón de play para comenzar el juego

botón para conectarse a internet mediante wifi

Menú de upgrade shop



Botón de regresar al menú principal del juego

Botón de guardar los cambios realizado por el jugador

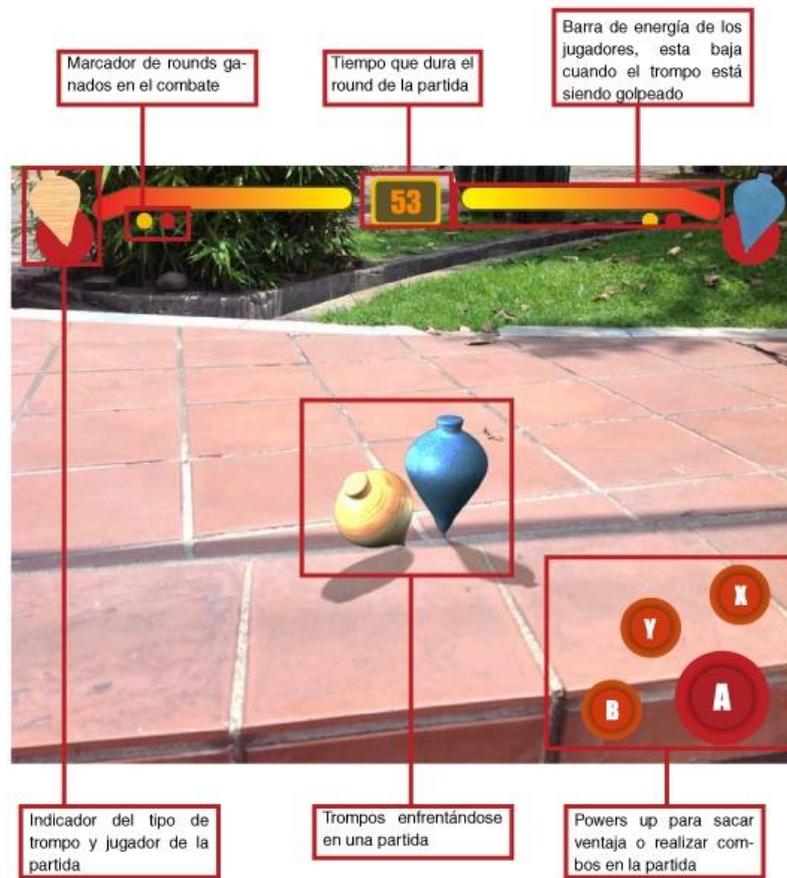
Preview en 3D de como se vería el trompo cambiando la textura

Materiales bloqueados, se desbloquean mediante logros obtenidos

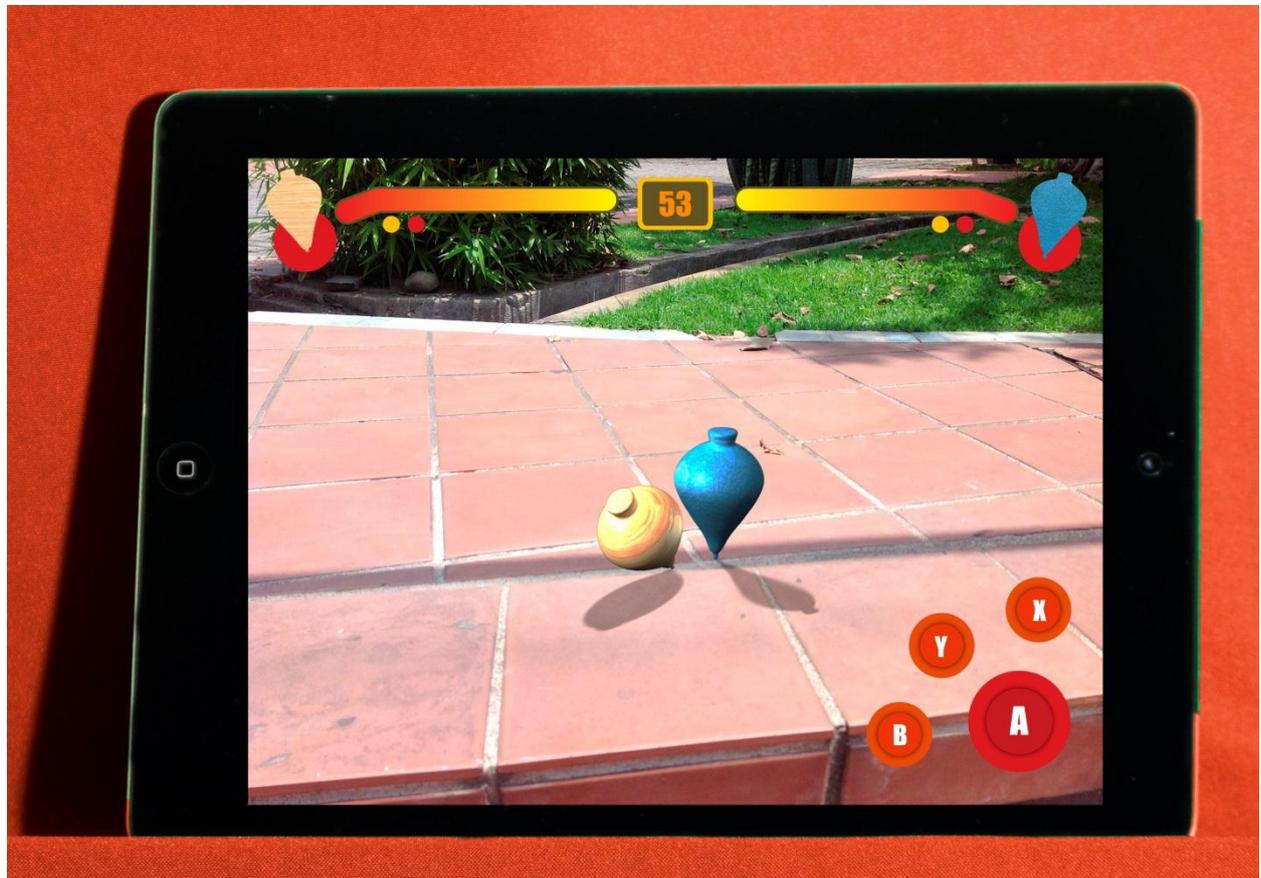
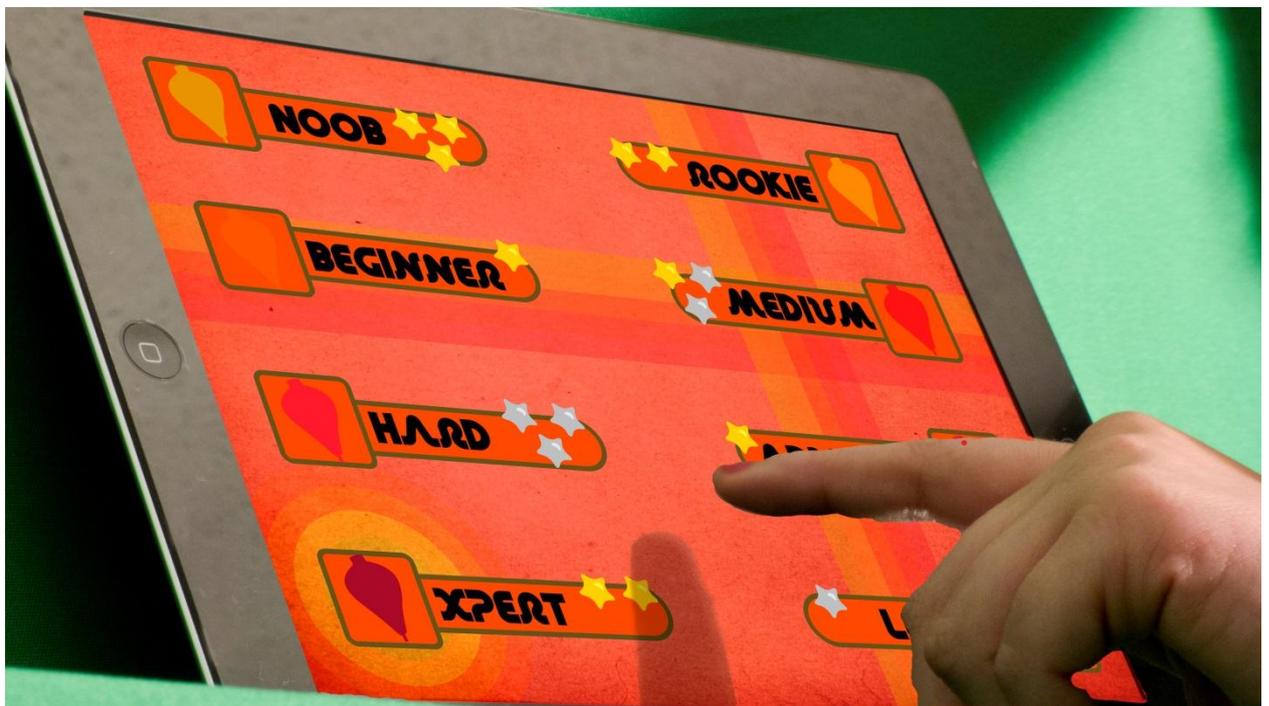
Materiales desbloqueados que vienen por defecto

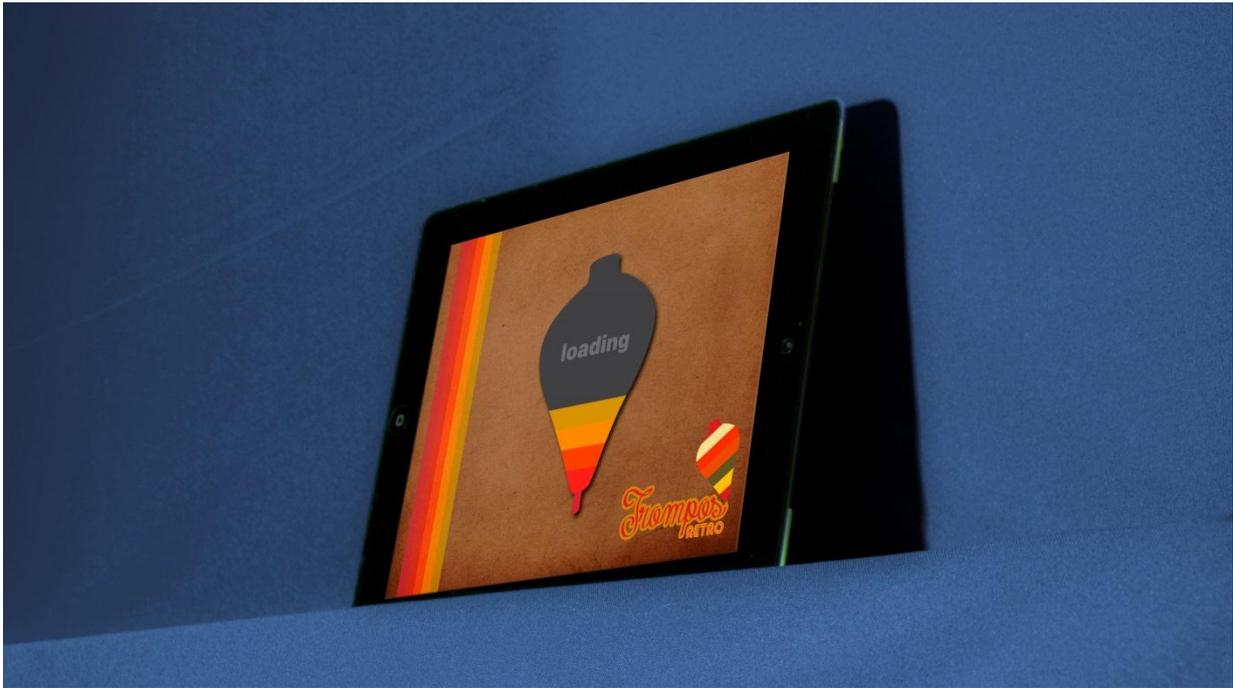
Mejoras en cuanto al desempeño del trompo de tres tipos

Elementos de una partida del juego



FOTOS COMERCILES





CONCLUSIÓN

La creación de este proyecto sin duda aporta a que se restaure una de las tradiciones más emblemáticas de Quito. Llevar este producto enfocados a gente joven permite vincular esta tradición con las nuevas tecnologías y no perder una parte esencial de nuestra cultura, más bien que evolucione de manera que estas tradiciones se presenten globalmente.

En conclusión este proyecto se pretende implementar de manera que las personas jóvenes no pierdan la esencia de las tradiciones que se practicaban años atrás, por medio de la investigación realizada se puede retomar una identidad local y convertirla el global.

REFERENCIAS

Adoum, Jorge. Ecuador señas particulares. Sexta edición. Quito: Eskeletra, 2000

Apadurai, Arjun. LA ALDEA GLOBAL. España: Tutquets

Baudrillard, Jean. Cultura y Simulacro. Editorial Kariós. Barcelona. Febrero. 1978.

Hlodan, Oksana. "Mobile Learning Anytime, Anywhere". BioScience. California: University of California Press. 2010

Morales, Michael Dionisio. La influencia de la tecnología en la juventud. Actualidad Educativa. 2011. Enero 2012.

Que es la globalización. 1997. Falacias de la globalismo. Barcelona, Paidós 1998

Tecnología: La Moda de los Jóvenes. ElDirario.ec. Santo Domingo. Febrero 13 2012. <http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/220038-la-tecnologia-la-moda-de-los-jovenes/>

Troya, María Fernanda, Santiago Castellanos. Compendio de Lecturas: Estudios Críticos y Comunicación y Arte. Universidad San Francisco de Quito. 2010.

"The Key To Successful Videogame Design." New Scientist 203.2725 (2009): 19. Academic Search Complete. Web. 27 Feb. 2012.

Ulrich, Beck. ¿Qué es la globalización?. segunda edición. Barcelona: Paidós, 1995

Ward, Jacob, Doug Cantor, and Bjorn Carey. "The Hard Science Of Making Videogames." Popular Science 271.4 (2007): 68-76. Academic Search Complete. Web. 27 Feb. 2012.

"20 Hit Combo." Infografías Sobre Videojuegos. Web. 27 Feb. 2012.