



## **Actividad 2: Investigación sobre el término Jugabilidad**

**Cecilia San Martín Méndez**

En el mundo del entretenimiento, los sistemas de ocio electrónico han ocupado una posición privilegiada dentro del mercado, llegando a ser la industria que más factura en la actualidad. Debido a la importancia de la interacción con el usuario, podemos considerar los videojuegos como un tipo especial de sistema interactivo teniendo como principal objetivo la diversión y el entretenimiento del usuario (J.L. González Sánchez, 2008).

Como todo sistema interactivo con el usuario se debe evaluar ciertos criterios, como usabilidad, facilidad de aprendizaje, a través de métricas y heurísticas con lo que se da origen al término de jugabilidad, hablando específicamente de los videojuegos, métrica que indicara si un juego es jugable o no. La interface de cualquier sistema interactivo y hablando de videojuegos es muy importante, pues es lo primero que el usuario conocerá del videojuego y debe ser lo más sencillo y familiar posible, de acuerdo siempre al enfoque del juego, debido a que esto influye en gran medida con la jugabilidad que puede tener el cualquier juego.

Jugabilidad como el conjunto de propiedades que describen la experiencia del jugador ante un sistema de juego determinado, cuyo principal objetivo es divertir y entretener “de forma satisfactoria y creíble” ya sea solo o en compañía. Se puede decir que la jugabilidad es el conjunto de factores que satisfacen a un jugador a la hora de jugar (J.L. González Sánchez, 2008).

### **Atributos para caracterizar jugabilidad:**

- Satisfacción: Agrado o complacencia del jugador ante el videojuego.
- Aprendizaje: Facilidad para comprender el sistema y mecánica del videojuego, es decir, los conceptos definidos en el Gameplay/Game Mechanic del juego: objetivos, reglas y formas de interaccionar con el videojuego.
- Eficiencia y Efectividad: Tiempo y recursos necesarios para lograr los objetivos propuestos en el videojuego.
- Inmersión: Capacidad para creerse lo que se juega e integrarse en el mundo virtual mostrado en el juego.
- Motivación: Característica del videojuego que mueve a la persona a realizar determinadas acciones y persistir en ellas para su culminación.

- Emoción: Impulso involuntario, originado como respuesta a los estímulos del videojuego, que induce sentimientos y que desencadena conductas de reacción automática.
- Socialización: Atributos que hacen apreciar el videojuego de distinta manera al jugarlo en compañía (multijugador) ya sea de manera competitiva, colaborativa o cooperativa (J.L. González Sánchez, 2008).

### **Tipos de jugabilidad:**

- La jugabilidad funcional: esta relacionada con las variables que afectan al gameplay. Entre estas variables se encuentran los mecanismos de control (teclas de juego, por ejemplo); las interfaces (joysticks y otros periféricos) a través de las cuales el videojugador interactúa con el videojuego.
- La jugabilidad estructural; está ordenada con la “estética” del videojuego y entre sus principales variables se encuentran las reglas y el estado del juego (los diferentes cambios desencadenados por los patrones que dictan las reglas de juego).
- La jugabilidad audiovisual: está relacionada básicamente con la representación ofrecida por el videojuego. Entre las principales variables se encuentran la dimensionalidad (perspectiva isométrica, 2D o 3D); el punto de vista (1ª persona, también denominada visión subjetiva, frente a 3ª persona); y el nivel de realismo de la representación (del fotorrealismo al abstraccionismo).
- La jugabilidad social: principalmente relacionada con los aspectos comunicativos y socioculturales que puede desencadenar el videojuego (desde los chats en los videojuegos online multiusuario hasta las comunidades virtuales de videojugadores congregadas en torno a un videojuego online) (José Martí Parreño, 2010).

### **Bibliografía**

J.L. González Sánchez, N. P. (2008). *De la Usabilidad a la Jugabilidad: Diseño de Videojuegos Centrado en el Jugador*. España: Laboratorio de Investigación en Videojuegos y E-Learning (LIVE) - GEDES. Departamento de .

José Martí Parreño. (2010). *Marketing y videojuegos*. España: ESIC.