



Vertical: Game Design

Clase: Clase 8

Docente: Martin M. Romero

Clase 8: Dificultad, Progresión y Reward

Agenda de la clase #8

- Revisión ejercicio práctico sobre narrativa/diseño de personajes.
- El diseño de la dificultad y progresión del personaje.
- Premios y Castigos.
- Rejugabilidad.
- Enunciado del ejercicio práctico de dificultad, progresión y reward

Martin Romero



Repaso de la clase anterior

Repaso



Dificultad y Progresión

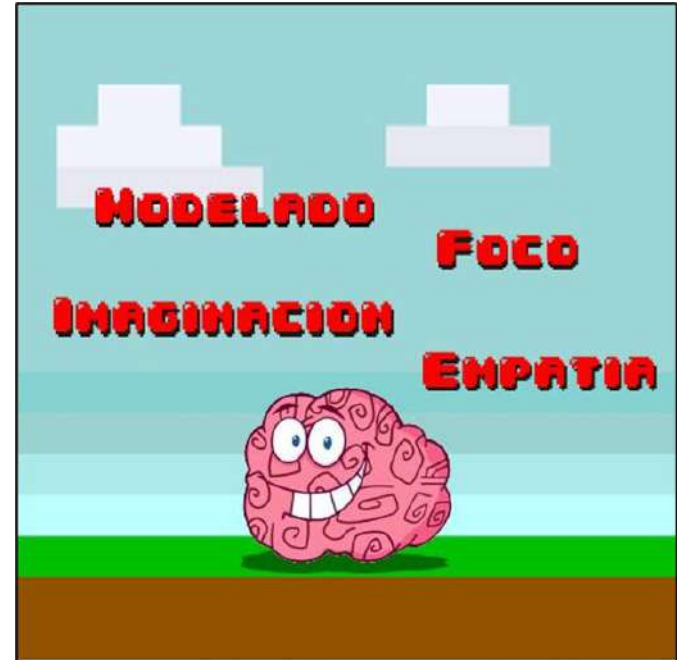
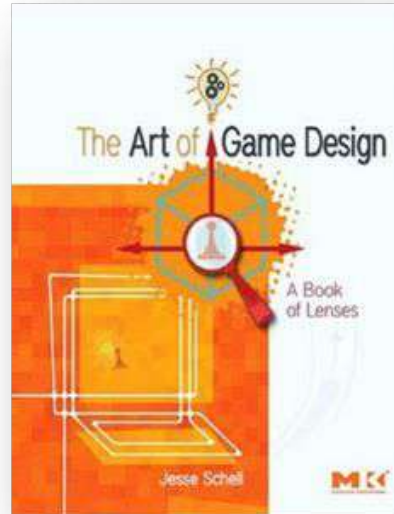
Según Jesse Schell, hay cuatro habilidades mentales que hacen posible el Gameplay:

Modelado

Foco

Imaginación

Empatía

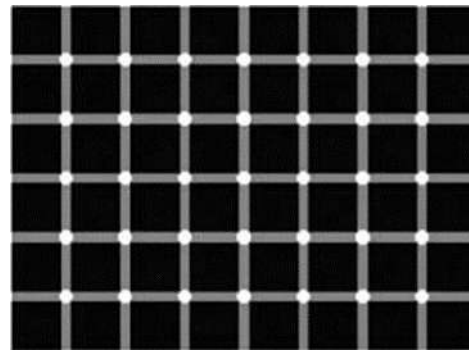


Dificultad y Progresión

Modelado

Nuestro cerebro es grandioso y complejo. Estamos constantemente simplificando la realidad y armando «Modelos» de la misma para mejor comprensión. La conciencia es una ilusión de nuestras experiencias internas. En algunos momentos estas simulaciones que el cerebro crea fallan.

En realidad esos puntos no cambian de color a medida que nos movemos, es un truco de nuestro cerebro.



Dificultad y Progresión

Modelado

Como Game Designer estamos constantemente creando estos modelos. Los juegos son modelos prediseñados de reglas simples donde la compleja realidad está muy resumida y el gratificante, mentalmente sumergirse en estos juegos abstractos.



Dificultad y Progresión

A veces los juegos pueden ser una gran práctica del mundo real. Los juegos nos permiten «digerir» de manera simple reglas simples con modelos sencillos para que uno pueda extrapolarlos en situaciones más complejas.

Como diseñadores hay que poder entender la ilusión que se crea en la mente de cada uno de los jugadores.



Dificultad y Progresión

Foco

Una de las técnicas que usa el cerebro humano para que tenga sentido el mundo que nos rodea es la habilidad de prestar atención o hacer foco sobre ciertas cosas ignorando otras y usando más poder de procesamiento mental en las más importantes.

Aun cuando estemos en una sala lleno de gente nuestro cerebro tiene la habilidad de hacer tuning sobre lo más le interesa escuchar.



Dificultad y Progresión

Foco

Llevado esto al terreno del Game Design, lo que queremos como profesionales del GD es crear experiencias donde podamos captar el foco de los jugadores y mantenerlo durante toda la experiencia. Cuando algo capta nuestro foco e imaginación por un período de tiempo largo, nuestro cerebro entra en un estado interesante. El resto no nos importa, solo lo que estamos haciendo. (Flow)



Dificultad y Progresión

Foco

El flow ha sido caso de estudio del psicólogo Mihaly Csikszentmihalyi y muchos otros profesionales. Flow es definido por “Un sentimiento de completo foco y energía en una actividad con un altísimo grado de disfrute y realización”. Esto es sumamente importante para los Game Designers por el hecho que Flow es la acción o sentimiento que todos quieren lograr en sus jugadores mientras interactúan en sus juegos. Algunos de los puntos claves para crear una actividad de flow:

Dificultad y Progresión

Foco

- **Objetivos Claros:** Cuando tenemos bien en claro que hay que hacer es mas sencillo poder encontrar ese foco.
- **Sin Distracciones:** Las distracciones roban parte de ese foco (Sin foco no hay flow)
- **Feedback Directo:** Si tenemos que esperar por cada acción a que el juego nos de un feedback perdemos la paciencia.
- **Challenge Continuo:** Los humanos amamos el challenge, pero tiene que ser algo alcanzable y nuestra mente reemplaza por algo mas rewarding, pero por otro lado esto puede transformarse en algo tan fácil que es aburrido y perdemos el foco.

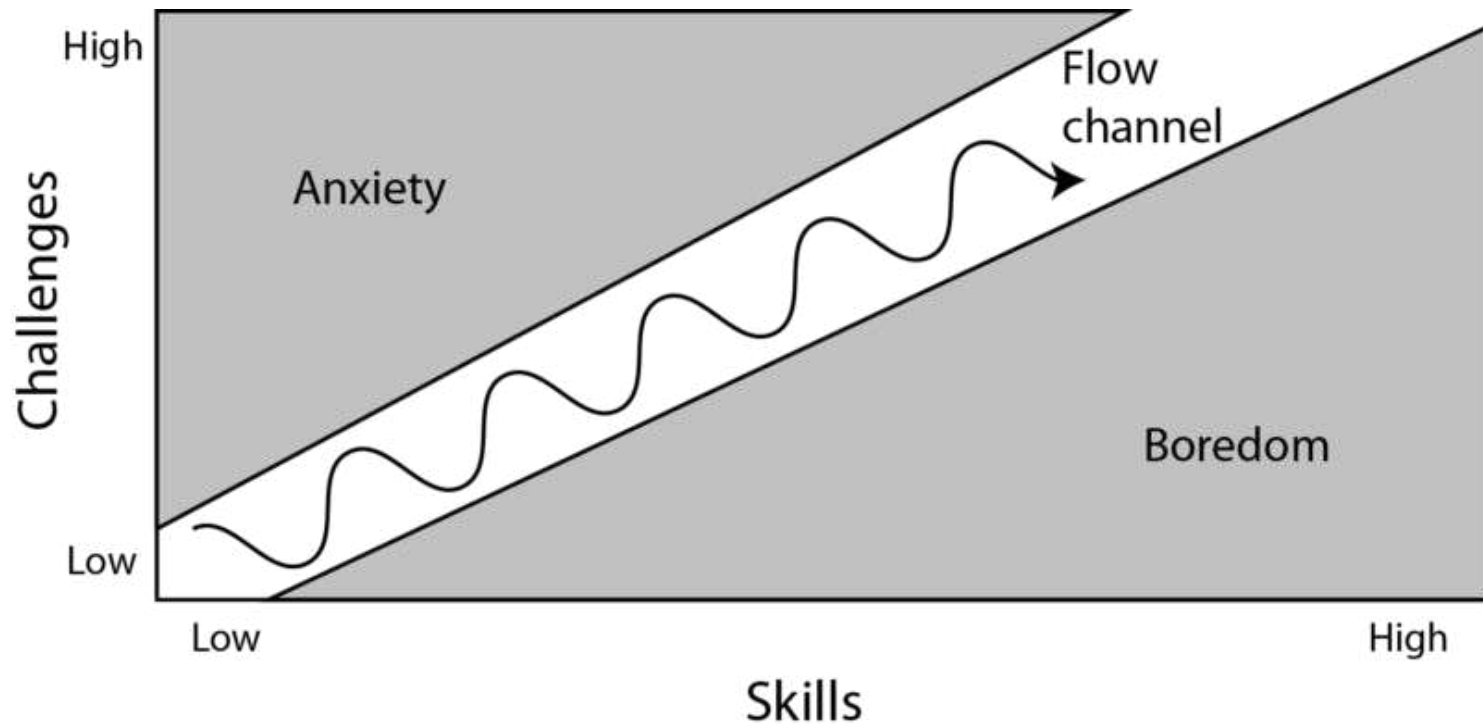
Dificultad y Progresión

En su trabajo seminal, *Fluir: La psicología de las experiencias óptimas*, Csikszentmihalyi esboza su teoría de que la gente es más feliz cuando está en un estado de "fluir"- concentración o absorción completa en la actividad o situación en la que se encuentran. Esta idea es idéntica a la sensación de "estar en la onda".

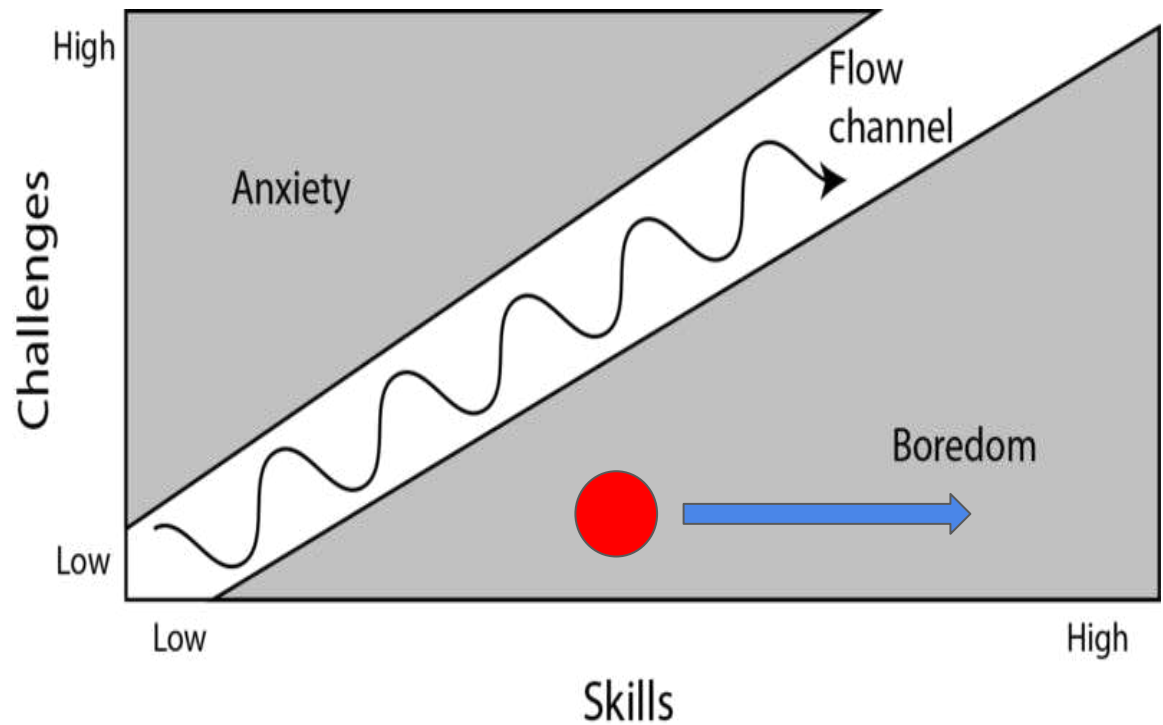
Se puede decir que es un estado óptimo de motivación intrínseca, en la que la persona está inmersa en lo que está haciendo. Es algo que todos hemos percibido más de una vez, y se caracteriza por una sensación de gran libertad, gozo, compromiso y habilidad, durante la cual las sensaciones temporales (la hora, la comida y el yo) suelen ignorarse. Para alcanzar un estado de fluir, debe alcanzarse un estado de equilibrio entre el desafío de la tarea y la habilidad de quien la realiza. Si la tarea es demasiado fácil o demasiado difícil, el fluir no podrá presentarse.



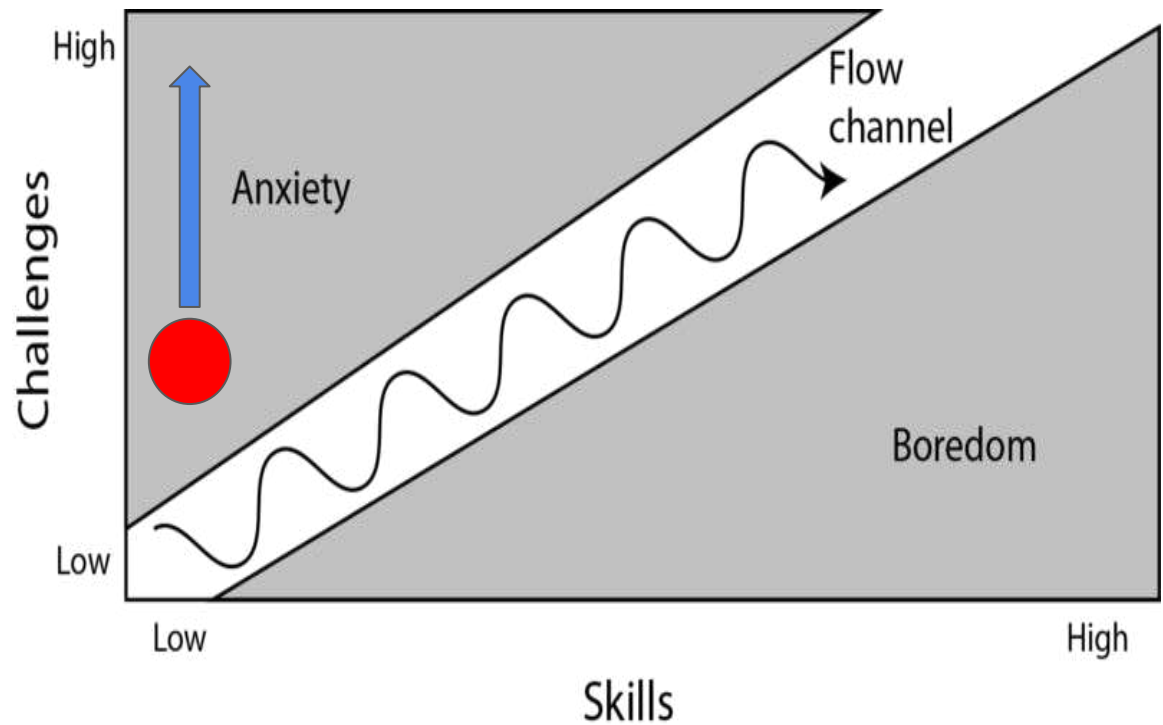
Dificultad y Progresión



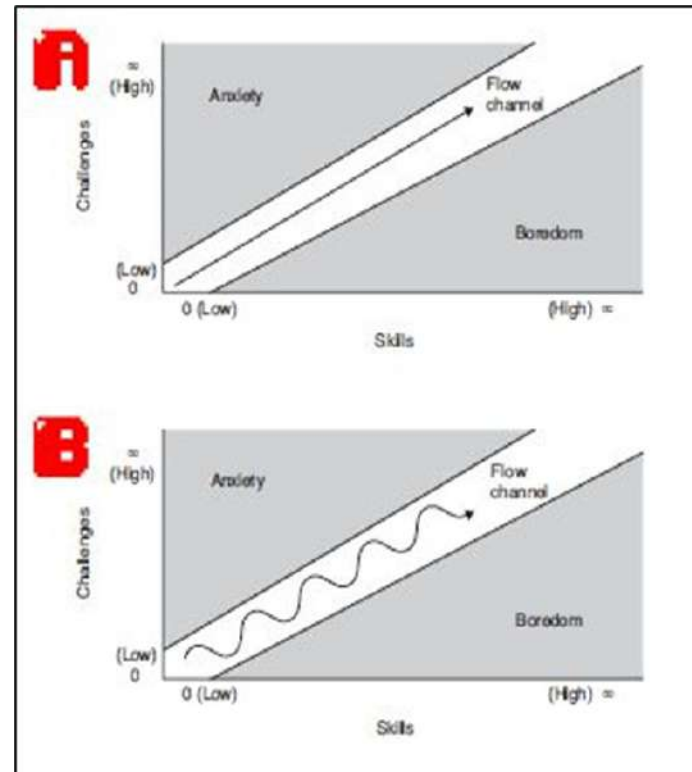
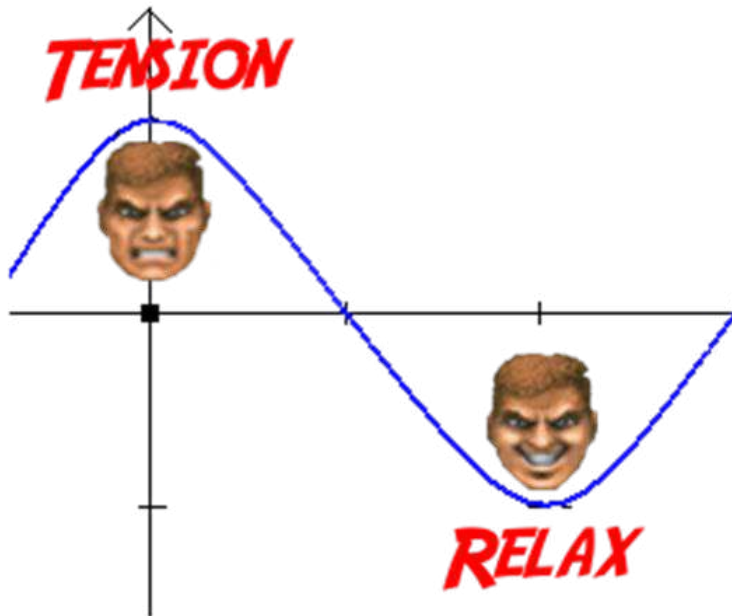
Dificultad y Progresión



Dificultad y Progresión



Dificultad y Progresión



Dificultad y Progresión

Empatía

Como seres humanos tenemos una tremenda habilidad de proyectarnos en el lugar de otros y podemos sentir lo que piensan o sienten.

Existe un ejercicio de actores que se juntan en dos grupos. El primero elige emociones y el segundo intenta copiar lo que ve al mirar a los ojos a los del primero.

La empatía funciona así de fuerte. Cuando vemos a alguien muy contento, podemos sentir su felicidad como propia. Se puede generar empatía con animales!!

Los que generamos entretenimiento intentamos usar la empatía para hacer que los jugadores se sientan parte del mundo y su historia.

El cerebro humano utiliza modelos mentales para generar esto, estamos generando empatía con modelos de estos seres. Esto se usa mucho en cine y TV.

Como diseñadores tenemos que usar este poder no solo para generar empatía sino para proyectar su capacidad de toma de decisión.

Dificultad y Progresión



Dificultad y Progresión

Imaginación

La imaginación pone al jugador dentro del juego. La imaginación es un proceso superior que permite al individuo manipular información generada intrínsecamente con el fin de crear una representación percibida por los sentidos de la mente. (Intrínsecamente generada) significa que la información se ha formado dentro del organismo en ausencia de estímulos del ambiente. En lo que respecta a (sentidos de la mente), son los mecanismos que permiten (ver) un objeto que se había visualizado previamente pero que ya no se encuentra presente en el ambiente. Cabe aclarar que cuando se imagina no se reduce solo al sentido de la visión, sino también a otras áreas sensoriales.

Dificultad y Progresión

Suspension of Disbelief

Suspensión of Disbelief: Es un estado mental en el cual, uno por un período de tiempo acepta creer las “ mentiras” que se le imponen por un juego. Uno suspende sus creencias para envolverse y meterse dentro del juego.



Dificultad y Progresión

Progresión

La progresión en los videojuegos puede venir en tres diferentes variedades.

- **Player Progression** tiene que ver con el jugador mejorando sus habilidades a medida que juega. Muchos juegos de acción cumplen esto.



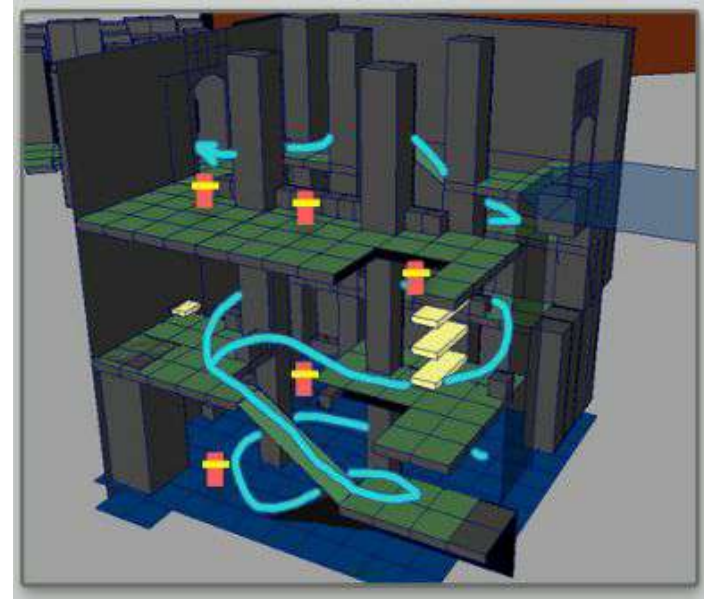
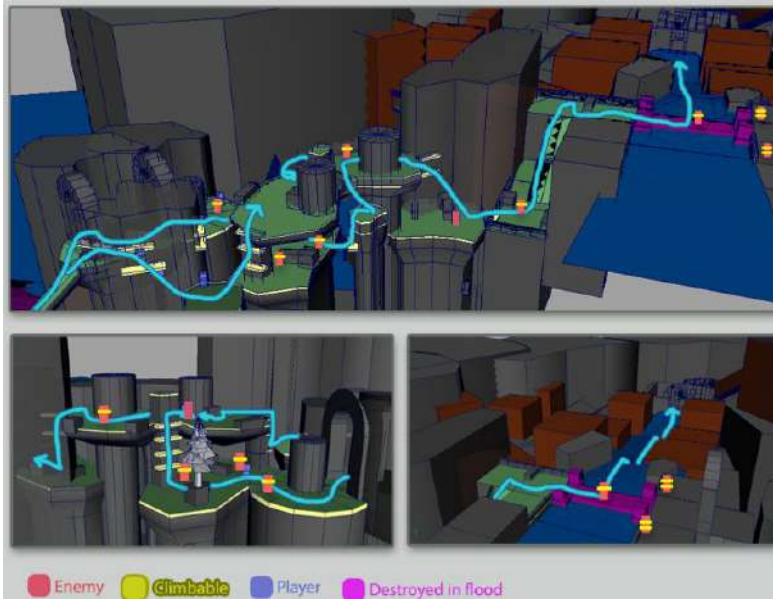
Progresión

- **“Character” or “Abstracted” progression** hace referencia a mejorar nuestro personaje, que se haga más fuera de los skills del jugador. El leveling up de los RPG es el mejor ejemplo de esto.



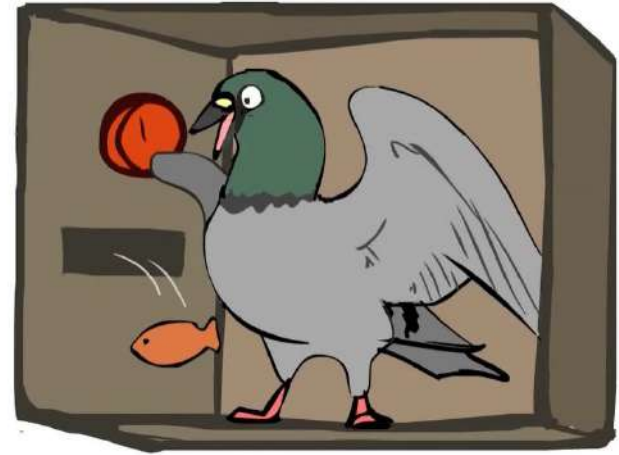
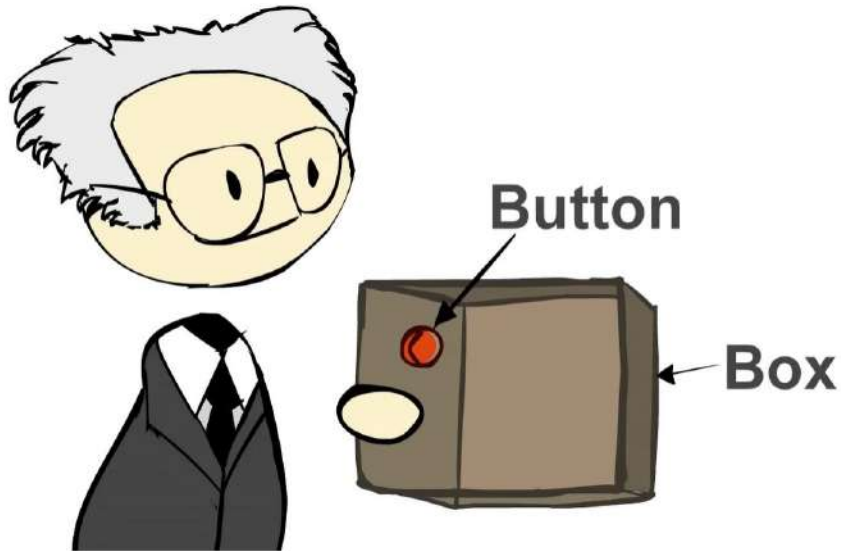
Progresión

- **“game” progression**, que hace referencia a avanzar por una serie de niveles determinados hasta llegar al final y acceder a los créditos.



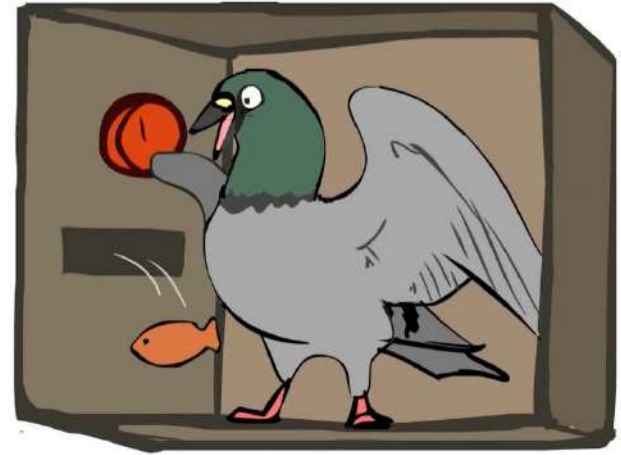
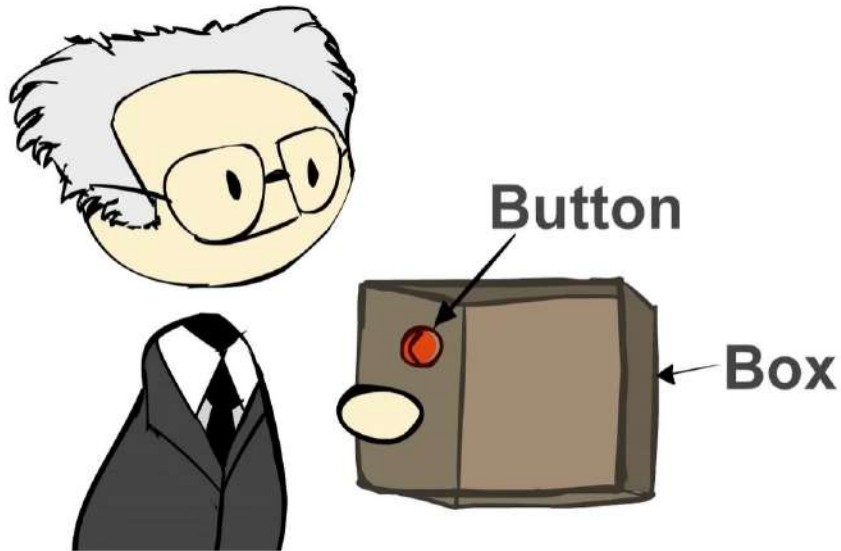
The Skinner Box

El objetivo de Skinner con sus experimentos era medir cómo los animales reforzaban o no su conducta, en relación a las consecuencias de sus acciones.



The Skinner Box

Luego Skinner fue modificando y no siempre daba comida cada vez que la paloma tocaba un botón, a veces lo hacía cada x cantidad de veces.



The Skinner Box

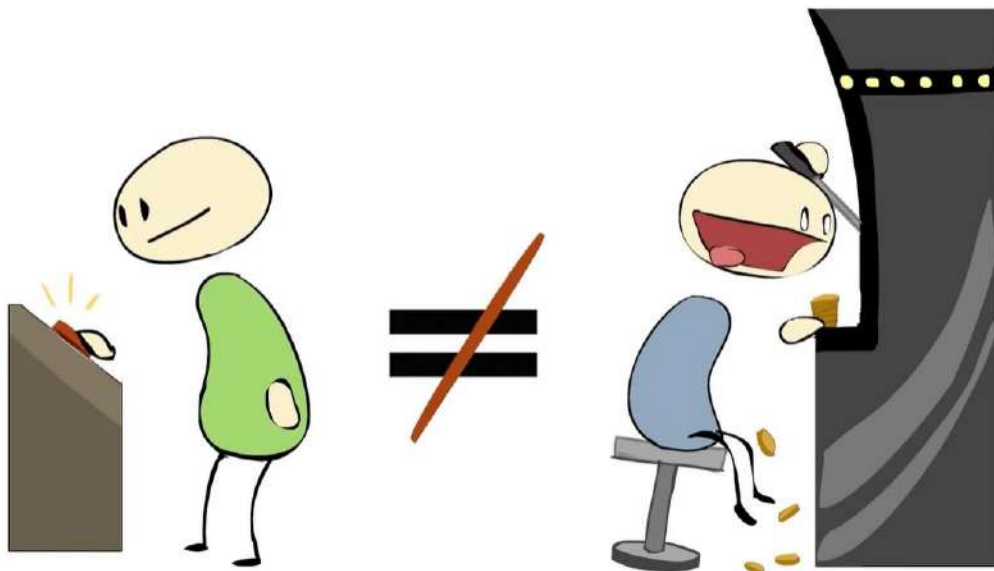
Skinner extrapoló sus aprendizajes de las palomas a los humanos y lo comparó con el comportamiento del juego compulsivo en casinos.



La forma en cómo los casinos y salas de juego producen adicciones al juego es muy similar a cómo funcionan los programas de refuerzo conductual en los experimentos de condicionamiento operante. La persona apuesta su dinero en un entorno en el que cree que va a recibir una recompensa, ya sea porque piensa que tiene una estrategia y controla la situación o porque realmente detrás de las máquinas o la ruleta hay algún tipo de regularidad, que hace que se reciba un premio cada X intentos.

Condicionamiento Operante

Estar condicionado a hacer algo o tener una adicción a algo es muy diferente.



Condicionamiento Operante

El condicionamiento operante se basa en la idea de que podemos aumentar o disminuir una determinada conducta agregando una consecuencia.

REFUERZO






CASTIGO



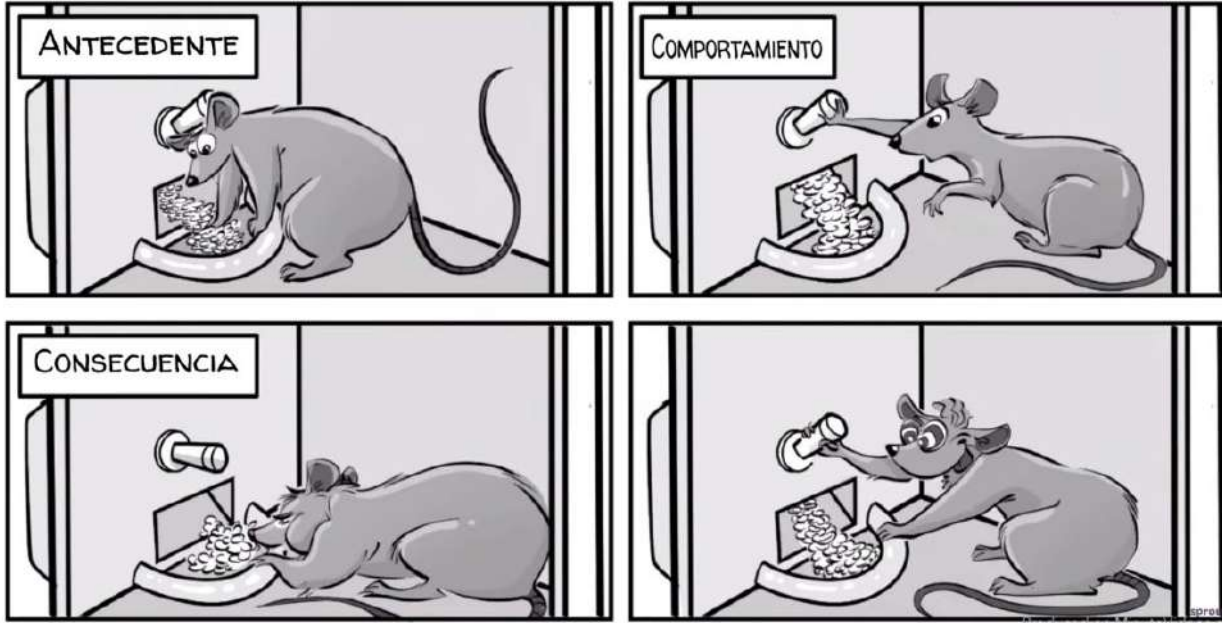
Produced on MinuteVideos.com

Condicionamiento Operante

	REFUERZO	CASTIGO
POSITIVO		
NEGATIVO		

Condicionamiento Operante

ABCs DEL COMPORTAMIENTO



Antecedente: De casualidad la rata acciona y sale comida.

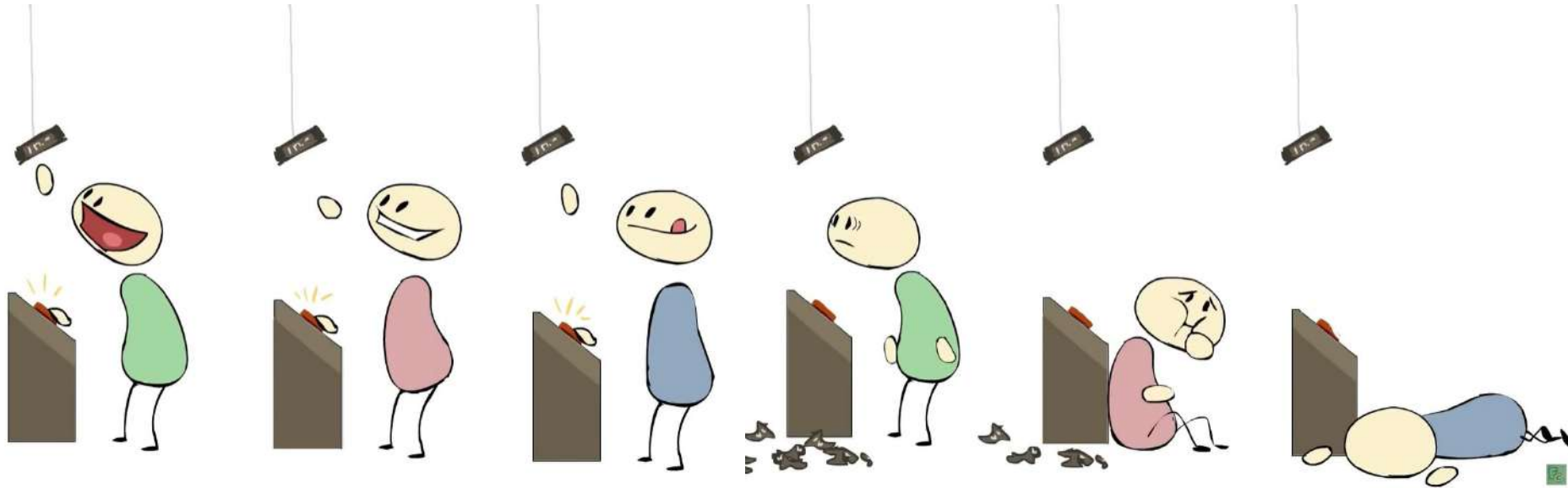
Comportamiento: Lo hace a conciencia.

Consecuencia: Sigue saliendo comida.

Si se da comida cada vez que acciona la palabra el comport. es predecible, caso contrario se comporta erráticamente como un adicto.

Condicionamiento Operante

Skinner se dió cuenta que dando un reward a alguien cada vez que apretaba un botón no es el mejor camino para hacerlo seguir haciéndolo.



Condicionamiento Operante

Skinner también se dió cuenta que una vez que las personas satisfacen sus necesidades básicas, no buscan más, quedan satisfechas, pero esto no pasa con otras cosas como dinero o aprobación social.



Condicionamiento Operante

Algunos juegos utilizan este tipo de técnicas de Skinner para crear una ilusión de engagement y de que realmente estás disfrutando.



Condicionamiento Operante

Muchos juegos utilizan técnicas como RPG para generar este engagement con el jugador y atraparlo para que siga jugando.



- Story and setting
- Exploration and quests
- Items and inventory
- Character actions and abilities
- Experience and levels
- Combat
- Interface and graphics

Otras maneras de generar Engagement

La curiosidad humana es sumamente poderosa. Muchas veces jugamos juegos que nos van enganchando y queremos saber más y más.



Otras maneras de generar Engagement

No es otra cosa que ir dominando cierto skill. El juego te enseña y entrena para que domines un skill y lo puedas usar más adelante.

Mastery



Otras maneras de generar Engagement

El poder de desafiar a la mente en un juego que intente llevar al límite todo tipo de retos mentales.



Otras maneras de generar Engagement

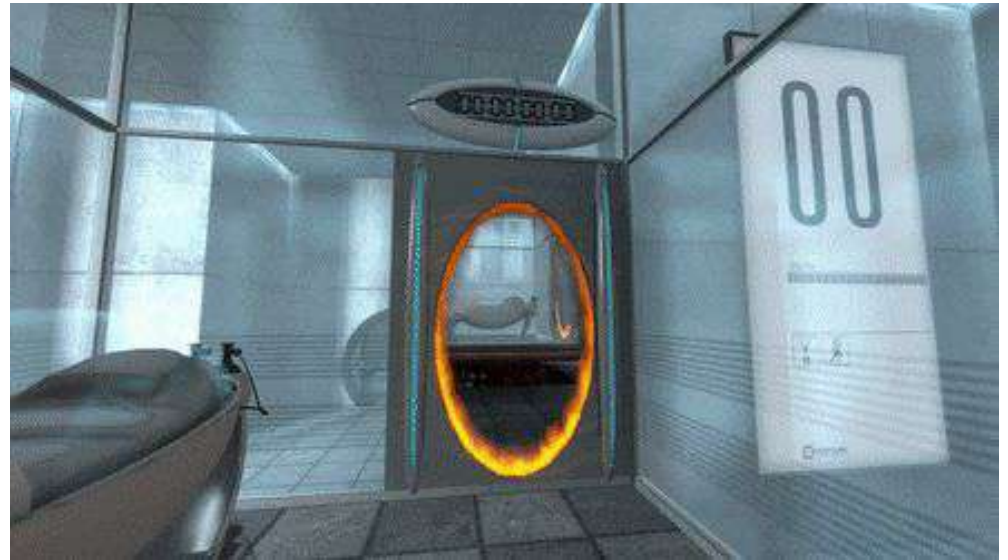
EL poder de una buena historia, contada de manera correcta, develada lentamente, dejando que el jugador sea partícipe, activo o pasivo.

Narrative



Otras maneras de generar Engagement

A los humanos además de curiosos nos gustan las cosas nuevas, las sorpresas y novedades. Hay varios juegos que incorporan este elemento.



Dificultad y Progresión

También conocido como (DDA) Dynamic Difficulty Adjustment o (DGB) Dynamic Game Balancing, es el proceso de cambiar de manera automática los parámetros, escenarios, y comportamientos en un videojuego en tiempo real, basados en la habilidad del jugador, evitando que este salga del «flow» de diversión.



Introducción a Objetivos

Se podría marcar tres tipos de objetivos en los videojuegos desde el punto de vista de la experiencia del jugador.

Largo Plazo (El objetivo del juego y la experiencia del jugador en muchos casos)



Introducción a Objetivos

Mediano Plazo (A medida que el jugador comienza en su búsqueda del objetivo a largo plazo van apareciendo estos con diferentes duraciones. En algunos casos estos son obligatorios para avanzar)



Introducción a Objetivos

Inmediato (Se puede decir que estos tienen que ver con decisiones que efectúa el jugador en cada momento que juega. Ej: Estás en una batalla y recibes un flechazo que te deja casi en KO. Debes hacer algo para evitar morir en acción. Esto genera nuevos objetivos relacionados con esa acción):

A: Usar medicina

B: Correr

C: Usar una acción defensiva

D: No hacer nada



Introducción a Objetivos

Algunos juegos no tienen objetivos específicos. Un ejemplo podría ser el SimCity, donde se le dan algunas herramientas al jugador y se le permite explorar sin imponer condiciones de victoria/derrota.

Juego como el GTA, si bien tienen estructura de misiones que el jugador tiene que efectuar, le permite mucha creatividad y libertad al jugador.



Introducción a Objetivos

El jugador usualmente crea sus propios objetivos en este tipo de juegos. Estos objetivos a sí mismo pueden ser de largo, mediano o corto alcance.

Por ejemplo en el GTA el jugador puede tener el objetivo a largo plazo de comprar y coleccionar autos en garajes. No hay beneficios por hacer eso, es algo simplemente piola.



Introducción a Objetivos

En muchas ocasiones los jugadores tendrán múltiples objetivos. Desde algunos long-term que varían desde «Salvar al mundo» y al mismo tiempo el jugador tendrá que tener en mente Objetivos inmediatos e intermedios, todo al mismo tiempo.

En algunos casos puede haber tantos objetivos al mismo tiempo que pueden ascender a una docena de ellos.



Introducción a Objetivos

En muchas ocasiones estos son peldaños en el camino al objetivo final aunque en otras ocasiones estos pueden ocurrir de manera independiente de ese objetivo a largo plazo. Uno puede meterse en una side quest en busca de ganar más experiencia. A veces completar un nivel o un objetivo de estos puede eliminarlos del juego. (Pasar un nivel matando al boss)



Objetivos Intermedios

Para muchos los objetivos intermedios son también llamados: Supporting Goals. Objetivos que pueden hacer a otros más fáciles de cumplir o que son necesarios para completar otro intermedio. Por ejemplo conseguir mejor equipamiento para matar a un determinado enemigo es una manera de cumplir un objetivo secundario para hacer otro.

PAZAAK



Objetivos Intermedios

- Viajar a una locación especial
- Explorar un territorio nuevo
- Encontrar algo o alguien
- Encontrar una posición segura
- «limpiar» área para hacerla segura
- Reparar algo importante
- Encontrar una criatura o mascota
- Bloquear un camino
- Defender una posición
- Construir una estructura
- Destruir una estructura
- Coleccionar algo
- Rescatar algo o alguien



Objetivos Intermedios

Coleccionar algo

Rescatar algo o alguien

Escotar o proteger a alguien.

Escapar o Sobrevivir (tiempo corto)

Curarse

Obtener una información específica o entregar algo

Resolver un puzzle o misterio

Clasificar para algo

Ganar una competencia o nivel XP

Desbloquear algo

Obtener un armamento específico

Interceptar un convoy o Redireccionar algo

Abrir una puerta

ASSASSIN'S CREED ODYSSEY



Objetivos Intermedios

En contraste con Objetivos de largo plazo estos consisten en darle feedback y refuerzo al jugador en su tarea de alcanzar los objetivos mayores. Sin este feedback los jugadores no sabrían nunca si están progresando en sus objetivos globales. Si Objetivo intermedio es escoltar a alguien a un lugar seguro, uno de los sistemas de feedback sería saber si la persona que se escolta está siguiendo al jugador, si está en peligro o si su salud está baja.



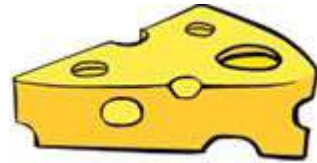
Rewards en Videojuegos

La gente juega videojuegos porque son divertidos y disfrutan pasar el tiempo jugando. No hay mejor satisfacción que ser premiado por jugar. En videojuegos es necesario premiar al jugador en varias maneras y hacerlo seguido.



Rewards en Videojuegos

Los resultados mostraron que cuanto más se acercaba la rata al premio más cantidad de dopamina liberaba, a modo de indicador de proximidad. También que la cantidad aumentaba según se incrementaba el tamaño del premio esperado. La dopamina sería por tanto un indicador interno que ayuda al animal a avanzar hacia su objetivo y estimar la distancia a la que se encuentra. (Aplicable al ser humano)



Rewards en Videojuegos

Tangible/intangible

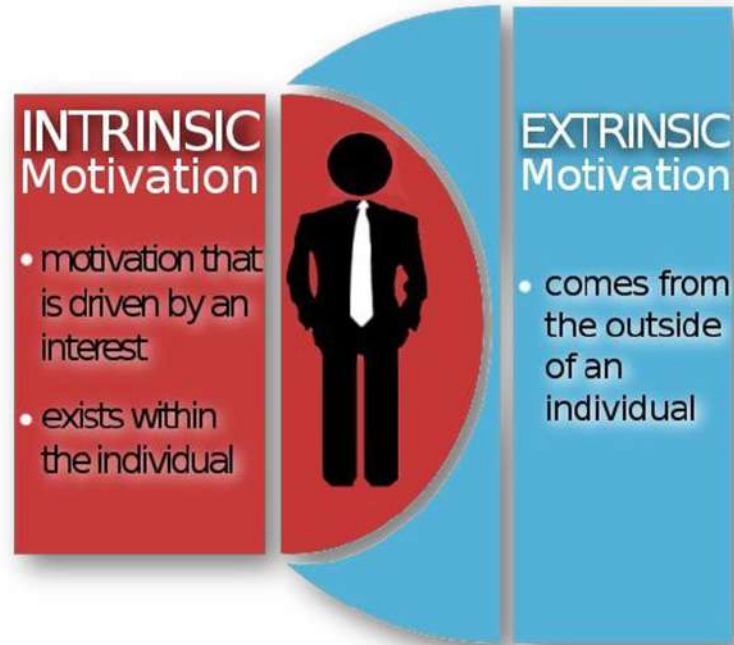
Expected/unexpected

Contingency (porque?)

- **Task non-contingent** (Se obtiene el reward porque si)
- **Engagement-contingent** (Cuando comienzan)
- **Completion-contingent** (hay que terminar la tarea)
- **Performance-contingent** (Como se hizo la tarea)



Rewards en Videojuegos (Motivación)



Rewards en Videojuegos (Motivación)

Types of Motivators

Intrinsic

- autonomy
- belonging
- curiosity
- love
- learning
- mastery
- meaning
- ...



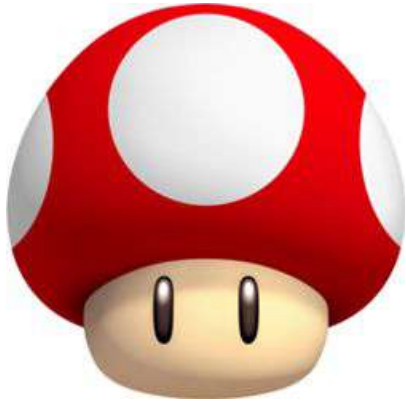
Extrinsic

- badges
- competition
- fear of failure
- fear of punishment
- gold stars
- money
- points
- rewards
- ...



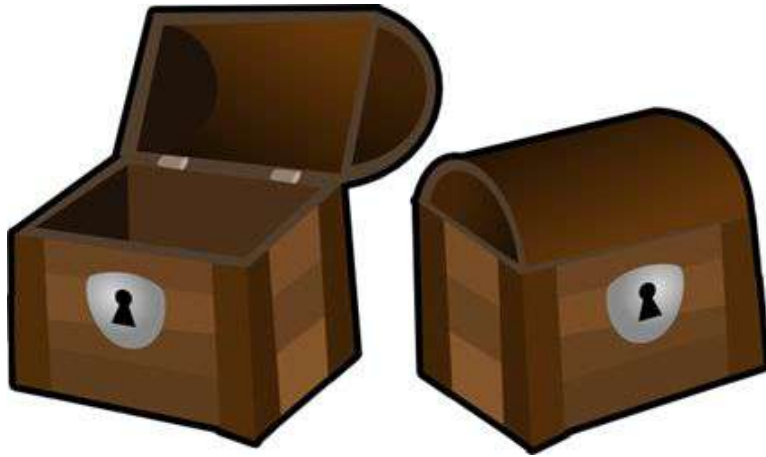
Rewards en Videojuegos

Uno de los parámetros de los rewards es conocido vs desconocido. Hay muchos objetos o items en un juego que producen un efecto conocido Vs hay muchos objetos que sabemos que son items para agarrar pero no estamos seguro de lo que hacen.



Rewards en Videojuegos

Esto se puede ver también en premios de quest cuando tengo bien claro el premio por el que voy o cuando dejo que el juego premie al jugador. En este caso es un riesgo dedicar mucho esfuerzo a algo que no se sabe si vale la pena.



Rewards Indirectos

En algunos juegos los rewards consisten en puntos o crédito acumulado hacia algo. Por ejemplo en algunos RPG los jugadores reciben skill points que no son otra cosa que un reward pero pueden ser usados más tarde cuando quieran mejorar cierta habilidad del jugador. En este sentido, el dinero y la experiencia son rewards indirectos porque guardan su valor para ser usado en otra cosa luego.



Rewards Indirectos

En algunos juegos Multiplayers o en algunos RPG single player el premio de varias actividades es compartido entre grupos que se iniciaron en esa actividad puntual. Este es el caso de battle rewards como pueden ser ítems, dinero y más experiencia. La naturaleza del premio sigue siendo la misma pero la disposición de ese premio puede variar de juego en juego. El premio se puede dividir dependiendo la contribución de cada uno o una tirada de dados para determinar quién se queda con el premio.



Rewards Compartido

En algunos juegos Multiplayers o en algunos RPG single player el premio de varias actividades es compartido entre grupos que se iniciaron en esa actividad puntua. Este es el caso de battle rewards como pueden ser ítems, dinero y mas experiencia. La naturaleza del premio sigue siendo la misma pero la disposición de ese premio puede variar de juego en juego. El premio se puede dividir dependiendo la contribución de cada uno o una tirada de dados para determinar quién se queda con el premio.



Eternos: Un upgrade/mejora que no se me va



Rewards

Scavenger-Hunt: A veces hay que encontrar cierta cantidad de algo para reclamar un premio o buscar en cuerpos muertos a medida que avanzamos cada vez mejores premios.

Items Misteriosos: Algunos ítems pueden intrigar al jugador y pueden llegar a tener valor luego en el juego. Estos son comunes en los RPG o aventuras.



Rewards

Este es un reward muy específico. En muchos casos el reward del fin del juego es desbloquear el juego para volver a ser jugado. En algunos casos esto se da como una sensación de que se cumplió algo grande. En algunos casos raros se puede salvar al personaje y su stat para ser transferido a una secuela.

En otros casos se puede dar que el juego tenga fines múltiples y que sea un reward para el jugador ver todos o algunos de ellos.

En otros ejemplos el reward viene a modo de contar cómo sigue la historia.



Achievements

Achievements

Un achievement se refiere a los logros, trofeos o medallas que un gamer consigue en un videojuego. Es un objetivo que se encuentra afuera de los parámetros de un videojuego. Y se consigue mediante el cumplimiento de varias condiciones que no afectarán el gameplay del juego directamente. Sin embargo, serán necesarios para completar un juego.



Dilema del Save Point

Save Point / Check Point

Los save points salvan el progreso del jugador para retomarlo luego en cambio los checkpoints salvan el progreso del jugador para que no tengan que volver al último save point cada vez que juegan.

Puede ocurrir que un checkpoint sea tambien save point, pero en la mayoría de los casos los checkpoints no graban físicamente.



Dilema del Save Point

Un sistema de save debería permitir a los jugadores a dejar de jugar en cualquier momento y volver a jugar cuando ellos lo quieran sin permitir que tengan que rejugar partes de niveles. Al mismo tiempo el juego debería ir grabando de manera silenciosa sin que el jugador se entere y se olvide. El salvar debería ser un derecho y no un privilegio o una estrategia. Todo juego debería tener un sistema de salvar las partidas amigable y automático. Aún los juegos más difíciles tienen sistemas de salvado amigables.



Rejugabilidad

La rejugabilidad o replay value es un término usado en videojuegos, pero también puede usarse en la música o el cine. Respecto a los videojuegos es el interés que se tiene de volver a jugar un juego aunque ya se haya terminado previamente.



Rejugabilidad

Argumento

Un juego con un argumento lineal tiene menor rejugabilidad debido a las opciones limitadas que el personaje puede hacer. Los videojuegos que ofrecen mayor cantidad de opciones para mostrar lo que puede lograr el jugador, tales como videojuego de estrategias, simuladores de construcción y administración, tienden a tener un mayor valor de rejugabilidad ya que cada vez que se juega se realiza de manera diferente.



Rejugabilidad

Argumento

Un buen ejemplo sería el videojuego Heavy Rain, cuyo argumento ofrece múltiples ramas que determinan el destino de todos sus protagonistas, dependiendo de las elecciones que tome el jugador en determinadas escenas, lo que obliga a completar el juego un número elevado de veces para visionar todos los finales posibles.



Rejugabilidad

Game ↕	Release year ↕	Number of endings ↕	Source(s) ↕	Genre ↕
Star Ocean: Second Evolution	2008	100	[2]	Action RPG
Star Ocean: The Second Story	1998	87	[3]	Action RPG
428: In a Blockaded Shibuya	2008	85	[4][5]	Visual Nove
Princess Maker 2	1993	74	[6]	Life Sim / VN
BlazBlue: Continuum Shift Extend	2011	62	[22]	Fighting / VN
BlazBlue: Continuum Shift Extend	2010	61	[23]	Fighting / VN
Tekken Tag Tournament 2	2011	52	[24] ^{GF}	Fighting
Ultimate Marvel vs. Capcom 3	2011	50	[25] ^{GF}	Fighting
BlazBlue: Calamity Trigger	2008	49	[26]	Fighting / VN
BlazBlue: Continuum Shift	2009	49	[27]	Fighting / VN
Fallout 2	1998	47	[7]	RPG
Fate/stay night	2004	46	[8]	Visual Nove
Tsukihime	2000	43	[9]	Visual Nove
Banshee's Last Cry	1994	40	[28] ^{GF}	Visual Nove
Tekken 6: Bloodline Rebellion	2008	40	[10]	Fighting
Super Street Fighter IV: Arcade Edition	2010	39	[29] ^{GF}	Fighting
Tekken Tag Tournament	1999	39	[30] ^{GF}	Fighting
Marvel vs. Capcom 3: Fate of Two Worlds	2011	38	[31] ^{GF}	Fighting



Multiple endings

Rejugabilidad

Múltiples Clases

Esta es la capacidad de jugar con diferentes personajes cada vez. Por ejemplo, el juego Diablo permite al jugador elegir una de las tres clases de personajes: Guerrero, pícaro, o hechicero.

Juegos de rol basados en una party pueden tener un buen grado de rejugabilidad, aunque la trama es esencialmente lineal. La trama del primer juego de Final Fantasy se mantuvo igual cada vez el jugador solo podía configurar su party de manera diferente.



Rejugabilidad

Personajes Múltiples

En algunos juego RPG tipo Skies of Arcadia, el jugador controla al líder de una party de personajes. Otros personajes se sumarán en la medida que el jugador tome las decisiones correctas. Es raro que más personajes se sumen en su primer intento. A veces quieren volver a jugar el juego para tener a todos los posibles personajes ya que la 2nda o 3er vez que juegan ya saben que hacer bien y que mal.



Rejugabilidad

Nuevos personajes

Nuevos personajes permiten encarar partes del juego desde otra perspectiva: Algunos pueden incluir nuevas y únicas líneas de diálogos.

Chrono Cross es un muy buen ejemplo de esta variedad con más de 40 personajes disponibles para seleccionar.



Rejugabilidad

Nuevos personajes

En el caso de juegos orientados más a la acción, hay ciertas áreas del juego que solo son alcanzables con un personaje especial. Por ejemplo en el juego de Sega Sonic & Knuckles, el personaje Knuckles puede explorar áreas que personajes anteriores no podían.



Rejugabilidad

Caminos Alternativos

En algunos videojuegos se le da al jugador la opción de seguir una ruta a través del juego. Un buen ejemplo es Castlevania III: Dracula's Curse, el héroe Trevor Belmont puede escoger el camino que lo llevará al castillo de Drácula. Adicionalmente, la ruta que escoja lo puede permitir encontrar a tres diferentes compañeros.



Rejugabilidad

Personajes Desbloqueables

Algunas veces al terminar el videojuego o al completar ciertos retos, al jugador se le permite utilizar a NPC del videojuego o personajes nuevos. Por ejemplo, en Baldur's Gate Dark Alliance el guardabosques "Drizzt Do'Urden" es un personaje desbloqueable. Otros ejemplos de contenido desbloqueable incluye arte, música, cortos de detrás de escena, entrevistas con los productores, artistas o talentos de voces.



Rejugabilidad

Finales Alternativos

Una de las formas más comunes de incrementar el valor de rejugabilidad es ofrecer en el videojuego múltiples finales. Estos finales están basados en las decisiones que toma el jugador durante el juego. El videojuego Chrono Trigger tiene 13 diferentes finales.



Rejugabilidad

Gloria

En muchos juegos deportivos, las personas se sienten representados por sus atletas virtuales de los equipos por los cuales simpatizan. Si obtienen un trofeo, volverán por otro, si ganan dos, querrán ganar tres y el hambre de gloria es el motor que alimenta la rejugabilidad.



Rejugabilidad

Otros Factores

Juegos donde el mapa y la posición de salida es diferente cada vez que lo usa. Los juegos RTS con un generador aleatorio de mapas, también tienden a tener un atractivo duradero. Los mods desarrollado en la comunidad para muchos juegos también contribuyen a una mayor rejugabilidad y larga vida para muchos juegos.



Juegos no Rejugables



Diseñando para aumentar replay Value

¿Quiero realmente agregar replay value?



Diseñando para aumentar replay Value

Finales Alternativos

Intentar armar el juego pensando en como abrir la historia para ofrecer al jugador diferentes finales. Hay que tratar de evitar el efecto (volver hasta el branch anterior). Esto se puede lograr desde una buena narrativa.



Diseñando para aumentar replay Value

Desbloquear Personajes

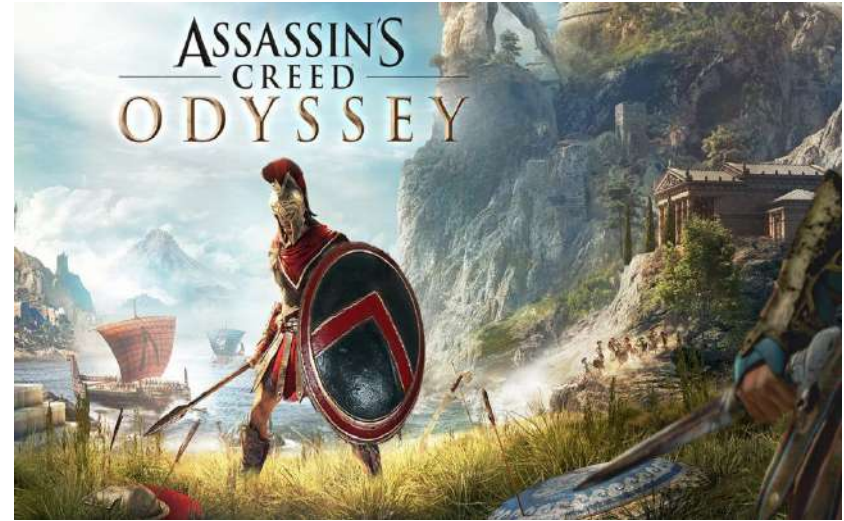
Se puede agregar el feature de que al completar el juego desbloquea nuevos personajes que permitirán jugar al juego brindando otra nueva experiencia diferentes a la anterior.



Diseñando para aumentar replay Value

Desbloquear Features & Habilidades

Al completar el juego se puede desbloquear nuevas habilidades para los jugadores o nuevos jugadores y al mismo tiempo nuevos features que no estaban disponibles anteriormente.



HERETIC

Este tipo de juegos brinda al jugador experiencias únicas dependiendo el tipo de personaje que se elija. Esto es muy común en varios RPG donde la clase del personaje que se elija brindará experiencias únicas y diferentes a otros tipo de personajes. Por ejemplo en Dynasty warriors se puede repetir misiones pero jugando con diferentes personajes.



Diseñando para aumentar replay Value

Mismo Mapa Nuevo Gameplay

A veces se puede completar el mapa pero aparece una nueva opción, en este caso se puede volver a jugar pero con varias cosas cambiadas. El Legend of zelda original hacia este tipo de mecánica. En otros juegos como el HALO se reutilizaba parte de escenarios para volver a atravesarlos de manera diferente.



Diseñando para aumentar replay Value

Niveles de Dificultad

Se puede volver a jugar apelando a intentar ganar el juego en un nuevo nivel de dificultad. Esto funciona mucho con los jugadores más hardcore. Si el juego les gustó, intentarán superar al rival en un nuevo nivel. También se da mucho en los juegos deportivos. Para no repetir, se puede pensar en agregar contenido exclusivo de niveles más altos.



Diseñando para aumentar replay Value

Contenido Emergente

Hay muchos juegos que son tan abiertos que cada vez que se los juega se encuentra con una experiencia diferente. Diseñar este tipo de juegos debería garantizar cientos de diversas experiencias cada vez.



Diseñando para aumentar replay Value

Generar Diferentes Caminos

Este tipo de juegos permiten al jugador elegir diferentes acercamientos al juego con diferentes resultados en la historia y el mundo. Juegos del estilo del Black & White y Fable son muy buenos ejemplos, donde las decisiones y acciones en el mundo hacen que el personaje sea más malo o bueno (esto está relacionado con el sistema de moral y karma de otros juegos)



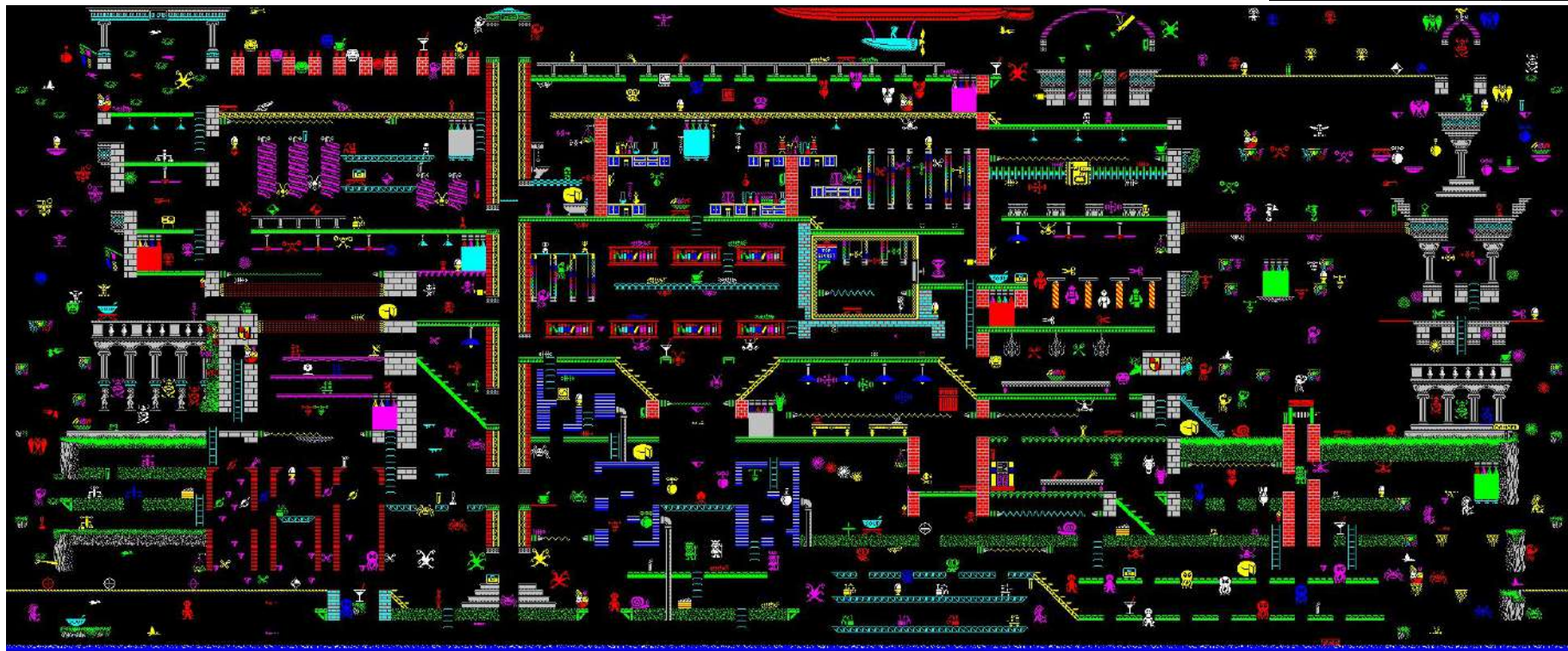
Diseñando para aumentar replay Value

Generar Diferentes Caminos

Este tipo de juegos permiten al jugador elegir diferentes acercamientos al juego con diferentes resultados en la historia y el mundo. Juegos del estilo del Black & White y Fable son muy buenos ejemplos, donde las decisiones y acciones en el mundo hacen que el personaje sea más malo o bueno (esto está relacionado con el sistema de moral y karma de otros juegos)



Diseñando para aumentar replay Value



Diseñando para aumentar replay Value

Mucho Contenido

El juego es tan rico en contenido y experiencias que casi nadie puede probar todo en una sola sesión. Si el juego es malo, el hecho de que haya mucho contenido no será la salvación.



Diseñando para aumentar replay Value

Mucho Contenido

El juego es tan rico en contenido y experiencias que casi nadie puede probar todo en una sola sesión. Si el juego es malo, el hecho de que haya mucho contenido no será la salvación.



Diseñando para aumentar replay Value

Achievements y Coleccionables

Los achievements son una gran manera de mantener a los jugadores jugando por un largo tiempo. Aún habiendo terminado el juego, muchos quieren coleccionar todas las cosas que hay en el juego y sobre todo los achievements. Estos pueden ser positivos y negativos. Cuantos más hay más chances de rejugar.



Diseñando para aumentar replay Value

Diseño Procedural

Primero hay que aclarar que procedural es diferente a aleatorio.

Los juegos procedurales o de generación procedural son cuando el motor del videojuego crea contenido dentro del mismo juego sin la necesidad de interactuar con un equipo de creadores o personas en todo momento.



NO MAN'S SKY



8# Ejercicio Práctico

Tomando su proyecto actual, tienen que hacer una análisis de qué elementos contribuyen a crear el famoso “Suspension of Disbelief” y qué elementos pueden romperlo.



8# Ejercicio Práctico

Carátula

High Concept de
su juego

Ejemplo/s de
Suspension of
disbelief (Lo
mantiene)

Ejemplo/s de
Suspension of
disbelief (Lo rompe)

Hasta la próxima



Hasta la próxima!



Preguntas

¿PREGUNTAS?

<Martin M. Romero>

<@MartinMRomero>

¡GRACIAS!

<Martin M. Romero>

<@MartinMRomero>