

# **Body Rescue**

## **GDD de 1 hoja**

### **Integrantes:**

Aguinaga, Juan Ignacio  
Fernandez Mutti, Pilar  
Rossi, Franco

### **Género**

El género del videojuego es acción, ya que la tendencia a gameplay es rígida y el fin del juego siempre está determinado por una victoria o una derrota.

### **Historia**

El videojuego consiste en rescatar al cuerpo humano de las distintas amenazas bacteriológicas que lo acechan.

### **Narrativa**

El juego comenzará con la vista un mapa del cuerpo humano donde irán apareciendo luces rojas en las zonas donde se presentan amenazas de bacterias.

Ingresando a cada zona en cuestión con una micronave se irán cargando 4 diferentes niveles, en los que se deberán completar misiones de creciente dificultad. Las misiones constarán de esquivar bacterias, disparar a las mismas, recolectar anticuerpos y luchar contra un boss.

El jugador contará con 3 vidas y una vez que se acaben, deberá volver al primer nivel del juego.

### **Personajes**

Uno de los personajes del juego es la micronave, encargada de ingresar al cuerpo humano y salvarlo completando los distintos niveles.

Por otra parte existen los distintos 8 órganos que no forman parte de los niveles, pero son parte del diseño del juego. Estos son: ojos, dientes, piel, cerebro, diafragma, corazón, tiroides e intestinos.

Las vidas son vitaminas, y los objetos a recolectar son anticuerpos.

También tenemos a las distintas bacterias que son nuestros enemigos, los que querrán ingresar y dañar al cuerpo humano.

Por último estará el boss conformado por una superbacteria, la cual deberemos eliminar para ganar el juego. El boss lanza ataques de ácido hacia la micronave.

### **Rango Etario**

La edad de los jugadores a los cuáles está destinado es a partir de los 6 años de edad..

### **Estética**

El videojuego genera una constante sensación de desafío, debido a que el personaje está expuesto en todo momento a amenazas que pueden hacer que pierda en muy poco tiempo.

**Monetización**

El juego es Free-to-play. La monetización proviene de publicidad, que permitirá ver un video publicitario para recargar una vida, cuando el jugador se haya quedado sin vidas.

Además, saldrá a la venta merchandising del juego, con los distintos personajes. Algunos productos son: tazas, cuadernos y fundas de celular.

**Difusión del Videojuego**

Para la difusión de nuestro videojuego utilizaremos distintas estrategias en redes sociales, y de manera presencial mediante una jornada recreativa de lanzamiento.