



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

UNIVERSIDAD MONTEÁVILA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**Creación de la página web “ElGamerLatino”**

**Autor:**

Pedro Manuel Paris Luaces

**Profesor coordinador:**

Willmar Tarazona

Caracas, 13 de marzo del 2020

## **Agradecimientos**

*Quisiera agradecer a mi familia, a mi madre que siempre me apoyó y estuvo conmigo, mis abuelos sin los cuales no habría podido estudiar en la universidad, a mi profesor Willmar Tarazona por su tutoría en el desarrollo del proyecto y a mis amigos quienes me aconsejaban sobre el desarrollo de la página.*

*También un agradecimiento especial a Andreina por su ayuda en el desarrollo de la identidad gráfica de la página web y a los colaboradores que ayudaron a generar contenido al sitio web.*

# Índice

<b>Agradecimientos.....</b>	<b>2</b>
<b>Resumen.....</b>	<b>6</b>
<b>1. Presentación del Proyecto.....</b>	<b>7</b>
<b>2. Justificación.....</b>	<b>8</b>
<b>3. Objetivos del Proyecto.....</b>	<b>9</b>
a. Objetivo General.....	9
b. Objetivos Específicos.....	9
<b>4. Estrategia.....</b>	<b>9</b>
<b>5. Cronograma del Proyecto.....</b>	<b>10</b>
Mes 1: Octubre.....	10
Mes 2: Noviembre.....	11
Mes 3: Diciembre.....	11
Mes 4: Enero.....	11
Mes 5: Febrero.....	12
Mes 6: Marzo.....	12
<b>6. Marco Teórico.....</b>	<b>13</b>
a. Página Web.....	13
b. ¿Qué es un Videjuego?.....	13
c. Noticia.....	14
d. El <i>review</i> o análisis.....	14
e. Artículo Periodístico.....	14
f. Imagen Corporativa.....	14
g. Símbolo.....	15
h. Logotipo.....	15
i. Tipografía.....	15
j. Nombre Comunicativo.....	15

k. Psicología del Color.....	16
l. Redes Sociales.....	16
m. Las Redes Sociales en la Web.....	17
<b>7. Propuesta.....</b>	<b>18</b>
a. Aspecto Editorial.....	18
b. Contenido.....	18
<b>7.1 Aspectos Gráficos.....</b>	<b>19</b>
a. Apariencia del Home.....	19
b. Formato.....	20
c. Tipografía de las Notas.....	20
d. Títulos.....	21
e. Texto.....	21
f. Logo.....	21
g. Colores.....	22
h. Fragmentación del logo.....	23
i. Tipografía del Logo.....	25
j. Presentación del contenido.....	25
k. Materiales.....	25
l. Criterios de las Imágenes.....	26
<b>8. Planificación estratégica.....</b>	<b>27</b>
a. Descripción del Concepto del Producto.....	27
b. Identidad del Proyecto.....	27
c. Identificar el Target.....	27
d. Mercado y Competencias.....	27
e. Análisis FODA.....	27
f. Propuesta de Valor.....	28
g. Relación con los Lectores.....	29
h. Canales de Distribución del Contenido.....	29

i. Promoción del Contenido.....	29
<b>9. Filosofía de gestión.....</b>	<b>32</b>
a. Misión.....	32
b. Visión.....	32
c. Valores.....	32
d. Plataforma digital.....	32
<b>10. Conceptualización del mapa del sitio web.....</b>	<b>33</b>
<b>11. Bocetos iniciales del sitio Web.....</b>	<b>33</b>
<b>12. Maquetación del Proyecto.....</b>	<b>37</b>
<b>13. Conclusiones.....</b>	<b>43</b>
<b>14. Recomendaciones.....</b>	<b>45</b>
<b>15. Referencias.....</b>	<b>46</b>
<b>16. Anexos.....</b>	<b>48</b>

## **Resumen**

El proyecto “creación de la página web “ElGamerLATino” nace de una idea que surgió en el primer año de la carrera, cuando en la materia de Tecnologías de la Comunicación e Información (TIC) se asignó la tarea de crear un blog.

Sin embargo, la idea de lanzar una página web que cubrirá los acontecimientos del mundo de los videojuegos se desarrolló por la ausencia de medios de comunicación que se dedican a esta fuente en Venezuela.

Para la realización de este proyecto se utilizó la modalidad de Diseño de Medios, porque se trató de la creación de un sitio web basándose en que contará con el diseño y personalización de plantillas, redacción de contenido y edición de imágenes.

La finalidad del sitio web “ElGamerLATino” es brindar información valiosa sobre el mundo de los videojuegos, y a su vez, generar empatía entre los usuarios y la página web, así como promover la colaboración de lectores interesados en escribir sobre la fuente.

# 1. Presentación del Proyecto

La idea de crear una página web que cubriera los acontecimientos del mundo de los videojuegos, no había sido posible realizarla hasta ahora por múltiples inconvenientes. Sin embargo, aprovechando la oportunidad que brinda la Universidad Monteávila para el desarrollo práctico de una idea en base a lo aprendido, se fijó como meta su ejecución.

Este proyecto se rige según la modalidad de Diseño de Medios, ya que se trata de la creación de un sitio web que estará disponible para todos aquellos que cuenten con un dispositivo electrónico con acceso a Internet.

¿Por qué se realizó la creación de este sitio web? Se presenta como una oportunidad para dar continuidad a mi pasión por la tecnología, al arte del diseño web y a los videojuegos. De convertir una idea en un sitio web comercial, donde los lectores podrán enterarse de los acontecimientos del mundo de los videojuegos, además de ofrecer contenido propio para enriquecer el portal web.

El objetivo principal del proyecto es poder desarrollar una página web que pueda brindarle a las comunidades de jugadores de videojuegos un espacio donde puedan informarse de las últimas novedades en el área y su importancia como Proyecto Final de Carrera es explorar un mercado que en Venezuela está desasistido periodísticamente. Por ello el portal web incluirá las siguientes áreas: noticias, *reviews* y artículos. Mediante el uso de los medios digitales, se podrá generar interactividad entre los lectores y el portal web, para poder enriquecer aún más la comunidad digital.

Para definir la identidad del sitio web se realizó un análisis de otros portales, tomándolos como referencias y de esta manera poder cumplir con los estándares necesarios para ser un medio profesional. Esto implica seguir los principios básicos de los medios digitales: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.

## 2. Justificación

En Venezuela la industria de los videojuegos se ha visto gravemente afectada por las medidas tomadas por parte del gobierno para erradicar los juegos violentos. En un artículo escrito por el *New York Times*, describe como los programadores de videojuegos carecen de la libertad necesaria para trabajar, cómo son víctimas de persecuciones y detenciones por partes de las fuerzas de seguridad del Estado.

Actualmente la industria de los videojuegos ha logrado superar a la del cine con unas ganancias anuales de ciento cuarenta y ocho mil millones de dólares en el 2019, esto se debe a que han formado una parte fundamental en el día a día de las personas (Pérez, 2019).

¿Por qué en formato web? Es la opción ideal debido a:

- Poseen mayor visibilidad y alcance que los medios tradicionales.
- La audiencia puede tener acceso al portal las 24 horas del día.
- Es una forma rápida y accesible en comparación a las revistas físicas.
- El 40,5% de la población venezolana tiene acceso a internet (El Nacional, 2019).
- Posee un presupuesto más accesible que el de un medio impreso.
- Permite facilitar la búsqueda de artículos dentro de la revista.
- Tiene mayor capacidad de segmentación de audiencia.

Se convierte en la elección más conveniente, debido a que este medio es más dinámico y ofrece más ventajas para el target al cual está dirigido. Por eso, este Proyecto Final de Carrera se propone como objetivo diseñar y desarrollar un portal digital enfocado en los acontecimientos del mundo de los videojuegos, que permita ofrecer información útil para este público interesado.

El medio digital, “ElGamerLatino”, ofrecerá contenido único para los lectores que busquen informarse, con datos de valor para la comunidad con periodicidad semanal.



### **3. Objetivos del Proyecto**

#### **a. Objetivo General:**

Crear y publicar la página web dedicada al mundo de los videojuegos: “ElGamerLatino”, dedicada al mercado venezolano.

#### **b. Objetivos Específicos:**

- Desarrollar un sitio web de fácil acceso para brindar información actualizada sobre el mundo de los videojuegos.
- Generar contenido de interés acerca de los videojuegos.
- Promover el contenido en las redes sociales para aumentar las visitas y reconocimiento de marca.
- Crear identidad gráfica de la marca para el entorno digital, específicamente para su sitio web.

### **4. Estrategia**

Para llevar a cabo la investigación y el desarrollo del proyecto ElGamerLatino, considerando la metodología utilizada, es de trabajo de campo y a su vez cualitativos según el enfoque de William Bunge (Pedone, 2000) se llegó a lo siguiente:

Según Bunge (Pedone, 2000) existen dos tipos de investigaciones: básica y aplicada. La primera se define como el tipo de investigación cuyo propósito es generar conocimiento nuevo sobre un hecho u objeto. La segunda, se considera como una investigación que busca dar solución a conflictos o situaciones concretas que puedan ser identificables. Por ello, en este proyecto se aplicaron ambos tipos de investigaciones, debido a que aplicados de manera conjunta logran solventar una necesidad.

Aquí nombraremos los pasos a seguir para la elaboración del proyecto:

- Investigar portales digitales sobre videojuegos e identificar los puntos positivos que éstos poseen.
- Determinar el tipo de plataforma que se utilizará y la forma de administrarlo.
- Generar lluvia de ideas para concretar el concepto del sitio web, esto implica:
  - Aspecto editorial.
  - Principios y valores.
  - Logo, diseños y artes conceptuales.
  - Contenido propio.
- Iniciar la elaboración del proyecto: recolección de información, redacción de contenido, publicación de contenido, buscar entrevistas, edición de contenido e investigar temas de interés.
- Creación del correo electrónico del sitio web: [elgamerlatino27@gmail.com](mailto:elgamerlatino27@gmail.com)
- Crear las redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram.

## 5. Cronograma del Proyecto

### Mes 1: Octubre

Semana 1	Planteamientos de objetivos.
Semana 2	Realizar análisis FODA y reuniones con el tutor.
Semana 3	Desarrollo de identidad y descripción de la página web.
Semana 4	Investigación sobre diseño de logo y paleta de colores.

### Mes 2: Noviembre

Semana 5	Encontrar y coordinar con un diseñador sobre la paleta de colores.
----------	--

Semana 6	Investigación de otros medios digitales similares.
Semana 7	Investigación de diversos tipos de plantillas y reunión con el tutor.
Semana 8	Creación de la segmentación y categorías.

### **Mes 3: Diciembre**

Semana 9	Comprobación del rendimiento de la página.
Semana 10	Evaluar el desempeño del portal web ante la visita de los lectores.
Semana 11	Programación de la página web para las redes sociales.
Semana 12	Organización de calendario de contenido.

### **Mes 4: Enero**

Semana 13	Redacción de contenido para la página web.
Semana 14	Edición del contenido para publicar.
Semana 15	Elaboración de las redes sociales.
Semana 16	Buscar colaboradores para agregar contenido a la página web.

**Mes 5: Febrero**

Semana 17	Reunión con el tutor para solventar dudas del funcionamiento del sitio web.
Semana 18	Entrega del borrador del PFC al tutor para sus observaciones.
Semana 19	Hacer las correcciones al proyecto.
Semana 20	Grabar los CD's para la entrega final a facultad.

**Mes 6: Marzo**

Semana 21	Preparar la presentación del PFC.
Semana 22	Entrega del PFC a la universidad y trabajar en la página web.

## 6. Marco Teórico

Para el desarrollo del presente proyecto se trabajó en base a conceptos teóricos relacionados con el periodismo y las nuevas tecnologías. A continuación, un breve repaso por estas definiciones que permitirán contextualizar la propuesta abordada.

### a. Página Web

Las páginas webs son un documento situado en una red informática al que se accede mediante enlaces de hipertexto. Este documento HTML que tiene su propia dirección web o URL, acceso a la primera página usualmente solicitada en un sitio WEB, la cual es llamada “Home page”. Usando lo que se conoce como “frames”, varias páginas pueden ser vistas en el navegador (Millenium, 2003).

También comenta Millenium (2003) que una página de Internet o página Web es un documento electrónico que contiene información específica de un tema en particular y que es almacenando en algún sistema de cómputo que se encuentra conectado a la red mundial de información Internet, de tal forma que este documento pueda ser consultado por cualquier persona que se conecte a esta red mundial de comunicaciones y que cuente con los permisos apropiados para hacerlo.

### b. ¿Qué es un Videjuego?

Para definir los videojuegos deben ser acotados dos términos. Primero, el jugar (*play*) y luego, el juego (*game*). Jugar es una acción que proporciona placer, incrementa la participación y permite aprender. En términos piagetianos, jugar es fundamental para estabilizar los procesos que son esenciales para el desarrollo de estructuras cognitivas (Pereira y Zúñiga, 2016).

Jugar es una experiencia privilegiada de aprendizaje debido a que la relación con otros permite crear y mejorar la zona de desarrollo próximo. El juego, en cambio, es entendido como un sistema que aporta reglas, condiciones y algunos aspectos de la competición (Pereira y Zúñiga, 2016).

### **c. Noticia**

La noticia tiene que ser un hecho verdadero, inédito, actual y de interés público y social novedoso que se comunica a través de un medio. Esta se debe comenzar con el relato de lo que se considera más importante, en este caso se puede empezar por el desenlace y luego se van incorporando los antecedentes en orden de importancia (Martínez, 2014).

### **d. El *review* o análisis**

Un *review* es un escrito breve que informa y a la vez valora una obra o un producto cultural y, su característica fundamental radica en describir y emitir un juicio valorativo a favor o en contra (Publisuites, 2017).

### **e. Artículo Periodístico**

Un artículo es un escrito de amplio contenido y diversa forma en el que se interpreta, valora o explica ideas o hechos actuales de especial relevancia, de acuerdo con la convicción del que lo escribe. Como el escritor impone su estilo, es el género de mayor libertad (Grupo Copesa, 2010).

### **f. Imagen Corporativa**

La imagen corporativa se refiere a cómo se percibe una compañía. Es el conjunto de atributos que la compañía desea que sus públicos conozcan. Es creada por los expertos de mercadeo en conjunto con los profesionales que manejan las relaciones públicas, campañas comunicacionales y otras formas de promoción. Una imagen corporativa se diseña para ser atractiva al público, de modo que la compañía pueda provocar algún tipo de interés al público (Capriotti, 2009).

Actualmente los símbolos, logotipos y los colores son tan importantes como la razón de ser de la empresa. En este aspecto la identidad visual está compuesta por los signos de identidad, estos son los elementos gráficos que con tan sólo visualizarlos se asocia a la empresa y a lo que representa. Estos signos pueden ser lingüísticos y visuales (Fantoni, 2006).

### **g. Símbolo**

El símbolo es la marca o identidad visual, el grafismo icónico y emblemático que reúne todo el significado corporativo de la empresa (Fantoni, 2006).

Dentro del diseño de la identidad visual, el símbolo es una representación gráfica, que, por medio de un elemento exclusivamente icónico, identifica a una compañía, marca o grupo, sin que sea necesario recurrir a su nombre (Fantoni, 2006). El objetivo del símbolo es que logre ser una imagen en un lenguaje exclusivamente visual, para que sea universal.

### **h. Logotipo**

El logotipo es una marca visual que representa la identidad de una empresa y la identifica frente a su entorno. El carácter fundamental de un logo dentro de la identidad corporativa remite su absoluta necesidad para salir al mercado. Una compañía sin logo no puede vender sus productos ni hacer publicidad, está en la naturaleza del hombre identificarse con símbolos.

El logotipo se define como la forma tipográfica preferente utilizada por la empresa para presentar su denominación principal corporativa, y que conforma un estilo gráfico específico y le dota de identidad visual propia (Fantoni, 2006).

### **i. Tipografía**

A la hora de definir logotipo, también vale la pena tener una sincronía con el estilo de fuente, para así mantener una misma línea editorial y una coherencia entre todos los elementos gráficos que identifiquen a la empresa (Ambrose y Harris, 2007)

La tipografía es la responsable de que las letras y el mensaje se adapten al público al que están dirigidos siendo funcional y comunicativo (Ambrose y Harris, 2007).

### **j. Nombre Comunicativo**

El nombre es el elemento por medio del cual se obtiene un proceso de reconocimiento de la empresa. Se puede conseguir que tenga coincidencia con el logotipo, pero no es requisito indispensable ya que el nombre de la empresa es el que al final logró imponerse entre grandes sectores de la audiencia (Tejada, 1987).

## **k. Psicología del Color**

Los colores despiertan respuestas emocionales específicas en las personas. El factor psicológico está formado por las diferentes impresiones que emanan del ambiente creado por el color, que pueden ser de calma, recogimiento, plenitud, alegría, etc. Según Delgado (2019) la psicología del color se puede clasificar de la siguiente manera.

Colores cálidos: el ardiente remite al rojo de máxima saturación en el círculo cromático; es el rojo en su estado más intenso. Los colores ardientes se proyectan hacia afuera y atraen la atención. Por esta razón a menudo se usa el rojo en letreros y anuncios. Los colores ardientes son fuertes y agresivos, parecen vibrar dentro de su propio espacio.

Colores fríos: el frío remite al azul en su máxima saturación. En su estado más brillante es dominante y fuerte. Los colores fríos nos recuerdan al hielo y a la nieve. Los sentimientos generados por los colores azul, verde y verde azulado nos llevan a la calma y paz.

Colores claros: los colores claros son los pasteles más pálidos (marfil, rosa, celeste beige). Toman su claridad de una ausencia de color visible en su composición, son casi transparentes. Cuando la claridad aumenta, las variaciones entre los distintos tonos disminuyen. Los colores claros descubren los alrededores y sugieren liviandad, descanso, suavidad y fluidez.

Colores oscuros: son tonos que contienen negro en su composición. Encierran el espacio y lo hacen parecer más pequeño. Los colores oscuros son concentrados y serios en su efecto.

Colores brillantes: la claridad de los colores brillantes se logra por la omisión del gris o negro. Los colores azules, rojos, amarillos y naranjas son colores de brillo pleno. Los colores brillantes son vívidos y atraen la atención. Son estimulantes y alegres. Excelentes para hacer publicidad.

## **l. Redes Sociales**

Una red social es un lugar de internet que reúne a personas, empresas y/o instituciones y donde esos usuarios publican y comparten diferentes tipos de información, enlaces, vídeos, fotos, etc. Este conjunto de personas u organizaciones pueden tener en común afinidades, intereses y similitudes (Celaya, 2013).



Las Redes Sociales pueden definirse como un conjunto bien delimitado de actores, individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc. Que están vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales (Lozares, 1996).

### **m. Las Redes Sociales en la Web**

El origen de las redes sociales data de 1995, cuando Randy Conrads, crea el sitio web classmates.com. Con esta red social se pretendía que los usuarios pudieran recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, institutos, universidades, etc. En el 2003 el mercado de la comunidad virtual fue creciendo, dando paso a casos ejemplares como Myspace o Xing, y el líder de las redes sociales para el momento; Facebook. Las redes sociales en Internet son aplicaciones web que favorecen el contacto entre individuos. Estas personas pueden conocerse previamente o hacerlo a través de la red. Estas redes se basan en los vínculos que hay entre sus usuarios (Marketing de Contenido de RD Station, 2017).

De acuerdo con un estudio de Shelley Portet (2011), denominado “*Social network accounts out number people on Earth*”, publicado por silicon.com, el número de cuentas en Redes sociales es mayor a la población mundial, de las cuales cerca de 4,500 millones de estas cuentas se encuentran activas. Estas redes incluyen cuentas en juegos de rol online, así como redes sociales entre las que podemos mencionar Facebook, Twitter, Instagram, e incluso programas de citas online (Portet, 2011).

## 7. Propuesta

### a. Aspecto Editorial

A continuación, se enumeran las condiciones generales que regulan el acceso, navegación y uso del sitio web bajo el dominio [elgamerlatino.wordpress.com](http://elgamerlatino.wordpress.com), así como las responsabilidades derivadas de la utilización de sus contenidos, eso implica: diseños, textos, fotografías, videos, información, y cualquier otra creación protegida por las leyes nacionales y los tratados internacionales sobre propiedad intelectual e industrial:

- Está prohibido el uso de lenguaje obsceno o vulgar en el contenido que se publique en la página.
- Las imágenes que se utilizadas en la página debe estar en alta resolución, sin marcas de agua, ni utilizar composiciones gráficas de otros portales web.
- Las fotografías deben de estar acordes al contenido de las notas y no ser engañosas para el lector.
- La redacción para las noticias debe ser en tercera persona, respetando los principios de los géneros periodísticos.
- Los artículos y los *reviews* permiten utilizar un estilo de lenguaje más cercano y directo. Esto quiere decir que se permite el uso de la primera persona, pero que este estilo no tenga una presencia constante en todo el documento. También se reserva el uso de vocabulario coloquial del habla venezolana, con la intención de que las notas no pierdan relevancia para lectores de otros países.
- La extensión promedio de las noticias será de tres mil caracteres.
- La extensión de los artículos puede variar entre los tres mil quinientos y cuatro mil caracteres, al igual que los *reviews* debido a que abarcan temas más complejos y requieren una mayor explicación.

## **b. Contenido**

- Los principios que rigen el contenido de la página Web “ElGamerLATino” son: responsabilidad, colaboración, constancia y libertad de expresión.
- Se abstiene de difundir imágenes que no sean oficiales o sin verificar su fuente.
- Como norma, en los casos de colaboración de contenido para la página Web se le colocará el crédito de la persona o medio al final del texto.
- El lenguaje que se emplea en las noticias es estrictamente un tono formal y comunicativo, no se utiliza la primera persona, ni se permite emitir juicios de valor sobre lo que acontece en la noticia.
- Los nombres de los juegos se resaltan en *letra cursiva*, mientras que las secciones importantes se resaltan en **negrita**.
- Si se menciona algún comunicado oficial es importante colocar el link de la fuente, para estos casos se insertará el link en una palabra clave de la nota.
- El criterio para la creación del contenido se basa en las reflexiones de los colaboradores, conversaciones sobre lo que acontece en la industria de los videojuegos, en el impacto y la relevancia de las noticias en la industria.

## **7.1 Aspectos Gráficos**

### **a. Apariencia del Home**

Según Nielsen (2001), lo habitual es que el usuario no lea con detalle el texto de un sitio web, más bien, haga un “barrido visual” de cada página buscando elementos que le llame la atención.

Debido a ello, la idea de poder generar interés al lector fue mediante un concepto minimalista, donde el lector pueda desplazarse de manera sencilla a través del contenido de la página web.

El logo que identifica la página está al principio con el nombre, seguido de unas imágenes que son las entradas destacadas del sitio, cumpliendo la función de portada a las categorías de la página. Esta decisión se debe también a que es la estructura más común usada por los medios de comunicación, esto se refiere a darle mayor importancia y relevancia a los artículos, *reviews* y noticias más importantes (Nielsen, 2001).

### **b. Formato**

La era digital brinda actualmente infinitas opciones para desarrollar nuestra creatividad. Diseñar para alguna revista, periódico, libros, u otros medios impresos, hace limitar el espacio de trabajo y con ello la creatividad. En vez de eso, las plataformas digitales, permiten una distribución y segmentación del contenido más eficiente y de fácil acceso, sin importar el tamaño de la pantalla. Es por ello que los sitios Web, pueden contener una amplia variedad de menús sin que ninguno le reste importancia a otro.

Sin embargo, el diseño que se optó para el proyecto fue la plantilla “Canard” de la plataforma WordPress, la cual cumplía con las expectativas que se buscaban para el diseño. Permitiendo resaltar cinco entradas destacadas en el *homepage* de la página y que diera espacio para las noticias debajo de las destacadas, aprovechando también el espacio del lateral derecho para las botones de las redes sociales, las últimas publicaciones y las categorías (Ver Anexos 1 al 7).

Este diseño está pensado para ser visto a través de la pantalla de una computadora o una tableta, sin embargo, los lectores que accedan desde sus dispositivos móviles no tendrán ningún problema en visualizar el contenido.

### **c. Tipografía de las Notas**

Para el sitio web “ElGamerLatino” se empleó en los títulos la tipografía “Oswald” para los títulos, ya que esta representa una imagen creativa y clásica, lo cual es ideal para transmitir la pasión por los videojuegos.

Cada letra dispuesta de un cierto modo representa un sonido de un lenguaje hablado y expresar ideas visualmente, de modo que otra persona pueda entender tal como se pretendía. (Ambrose y Harris, 2009).

La fuente base que se utilizó para el texto de las entradas publicadas fue “Lato” que es un tipo de letra de “palo seco”, es decir, sin remates en sus terminaciones. Su estructura sólida proporciona estabilidad y seriedad al texto publicado, sin perder la intención de cercanía en el texto. Es ideal para la web por sus detalles semi redondeados, ayuda al lector a leer sin inconvenientes y también se adapta a cualquier dispositivo electrónico.

#### **d. Títulos**

Los títulos mantendrán la tipografía mencionada anteriormente y no se realizará ningún tipo de cambio o modificación, con la intención de mantener el sitio de Web con un diseño minimalistas.

#### **e. Texto**

Solo se resaltan las palabras clave o los nombres propios que figuren en el cuerpo del texto, además, de usar la letra cursiva para los nombres de los juegos. Existen las excepciones donde se usarán las comillas para los nombres de los juegos cuando se utilicen varios nombres en los títulos y los sumarios de las notas.

#### **f. Logo**

El logo fusiona un concepto generador vinculado a la temática de la página Web como los valores que posee. El dispositivo gráfico está conformado por un monograma que utiliza las letras o iniciales principales del nombre de la página (GLA), la letra G forma un robot, el cual es un elemento que representa diversos aspectos: por una parte, es tecnología y evolución, características que se aprecian en el medio de los videojuegos y consolas; por otro lado, indica trabajo constante, el cual es necesario para cumplir la misión de la página en convertirse en la principal referencia de los videojuegos de Venezuela. Las letras LA, se encuentran establecidas bajo el concepto de interrelación de formas, donde ambas coinciden en el mismo espacio y establecen una relación de sustracción.

Los trazos que componen el monograma son rectos para proporcionar la sensación de seguridad, fortaleza y orden; además estos trazos connotan modernidad y sencillez (Wiedmann, 2007).

Como bien se conoce los videojuegos tienen cuatro décadas en el mercado, por ende, la tipografía evoca un estilo retro constituida por píxeles, aportando un balance entre lo antiguo y moderno. La paleta de colores está orientada en comunicar autoridad, sencillez; neutralidad con el gris y con el rojo dinamismo, pasión y energía; el color negro de la tipografía aporta poder y prestigio, lo cual resume tanto las acciones que realiza un *gamer* así como también las sensaciones que éste siente al jugar.



Imagen 1.- Logotipo de ElGamerLatino (diseño propio)

#### **g. Colores**

La paleta primaria de colores debe ser utilizada en todas las piezas impresas y digitales, así como utilizar los colores correspondientes en el logo sin alterar ninguno de estos, un uso incorrecto de los mismo podría transmitir un mensaje equivocado. (Ambrose y Harris, 2008).



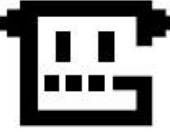
474745	C:63%	H: 59°	
R: 71	M:53%	S: 2%	
G: 71	Y: 53%	B: 27%	
B: 69	K: 53%		
<hr/>			
990000	C:25%	H: 0°	
R: 153	M:100%	S: 100%	
G: 0	Y: 100%	B: 60%	
B: 0	K: 26%		
<hr/>			
000000	C:91%	H: 0°	
R: 0	M:79%	S: 100%	
G: 0	Y: 62%	B: 0%	
B: 0	K: 97%		

Imagen 2.- Descripción de la paleta de colores para el logo de ElGamerLatino

El logo también tiene unas versiones en positivo y negativo las cuales deben ser utilizadas cuando la reproducción y aplicación es limitada a un solo color.



Imagen 3.- Descripción de la paleta de colores en negativo para el logo de ElGamerLatino

#### **h. Fragmentación del logo**

Las fracturas del logo permiten un uso más amplio de este, sin embargo, siempre que se pueda se debe utilizar la pieza original. Las versiones fracturadas presentadas del logo no deben sufrir otra alteración o modificación. A continuación el desglose visual de cada opción, según sea el caso:



La versión 1 corresponde al logo original.



La versión 2 aplica la tipografía.



La versión 3 se implementa sólo el monograma.



La versión 4 únicamente a la G como icono.



### **i. Tipografía del Logo**

La tipografía que conforma el nombre de la página Web es Retro Gaming Regular, la cual para mejor legibilidad en una escala reducida fue modificada. Esta se debe usar siempre que se puede en el medio digital y la reproducción impresa. Cuando esto no sea posible se puede optar por la tipografía secundaria denominada Oswald o se utilizará el logo sin el nombre, dependiendo del caso.

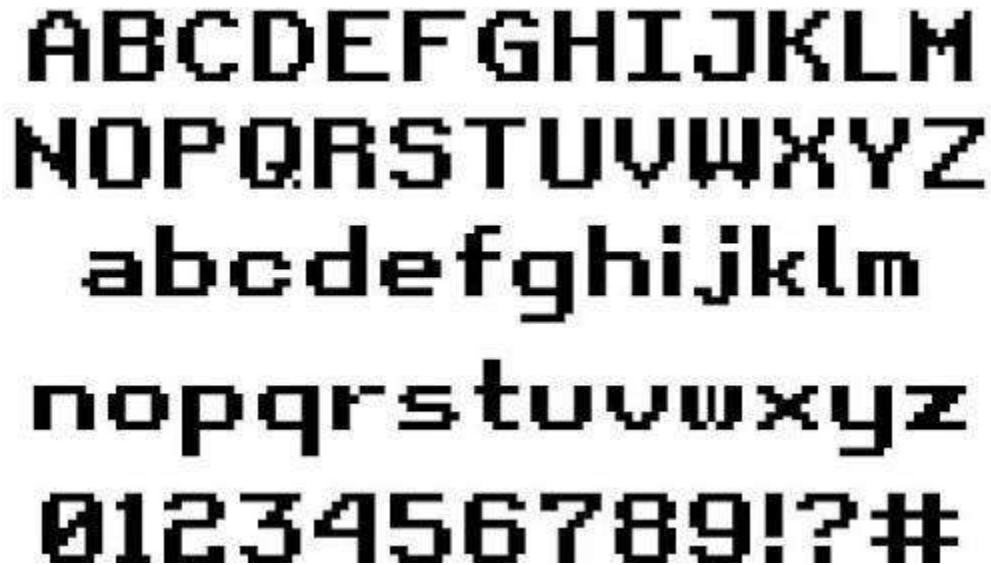


Imagen 4.- Referencia de la tipografía “Retro Gaming”

### **j. Presentación del contenido**

La visualización del sitio web es únicamente de forma digital y se utilizó la plataforma WordPress.

### **k. Materiales**

Fue necesario una serie de recursos que son vitales para realizar el proceso de creación del sitio Web, dentro de los cuales se tiene:

- Infraestructura: es preciso un espacio de trabajo amplio el cual deberá contar con las mínimas comodidades necesaria.
- Mobiliario: corresponde a la mesa de trabajo utilizada.

- Equipos tecnológicos: HP Pavilion dm4 y cámara Fuji Film.
- Programas de computación: Paquete de Microsoft Office, Canvas y la aplicación de WordPress para teléfonos móviles y tabletas.
- Plataformas digitales: Wordpress, Gmail, Facebook, Twitter Instagram y Buffer.

### **I. Criterios de las Imágenes**

Las imágenes que pueden ser aptas para el sitio Web deben cumplir con los siguientes parámetros:

Se podrán utilizar imágenes rasterizadas, que son aquellas que están compuestas por píxeles en una retícula, donde en cada pixel contiene información de color para la reproducción de la imagen. Posee una resolución fija, lo cual significa que una ampliación de la imagen resulta en un descenso de la calidad.

También el uso de imágenes vectoriales está permitido, sin embargo, se debe guardar en formato .PNG para conservar su calidad.

- Imágenes para el encabezado (Destacados): estas imágenes deben ser referentes a las noticias, al artículo o al *review* que esté en ese espacio. La medida de la imagen será de 1200 x 720 píxeles y mínimo 72 dpi en formato .jpg.
- Imágenes para el cuerpo de las notas: imágenes del juego o que tengan relevancia con el contenido de la nota que se esté publicando. La medida de la imagen será de 800 x 600 píxeles, 72 dpi de resolución. Éstas deben ir centradas en la publicación y no pueden llevar el logo de ninguna otra marca o empresa. En caso de ser imágenes con derechos de autor, se incluirá el crédito en la descripción de la imagen.

## 8. Planificación estratégica

### a. Descripción del Concepto del Producto

ElGamerLATino es una marca dedicada especialmente a informar a los jugadores y amantes del mundo de los videojuegos sobre los acontecimientos de este.

### b. Identidad del Proyecto

Se identifica por ser un proyecto social, que ayude a personas a estar informadas y que puedan escuchar opiniones sobre lo que acontece en el mundo de los videojuegos. Ofrecer variedad de contenido a los lectores de forma gratuita y de calidad.

### c. Identificar el Target

Este sitio Web va dirigido a personas de clases socioeconómicas AB+, que tengan acceso a dispositivos electrónicos y deseos de conocer lo que ocurre en el mundo de los videojuegos, además de valorar las opiniones y *reviews* sobre los últimos lanzamientos.

La edad promedio es de 15 a 25 años. Lo más importante es que el lector tenga nociones básicas del funcionamiento de una página Web y del contenido publicado.

### d. Mercado y Competencias

La competencia de los sitios Web que abarcan la cobertura de videojuegos en Internet es alta, sin embargo, en Venezuela no se presenta ninguna competencia que pueda representar un riesgo.

### e. Análisis FODA

Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"><li>● Bajos costos de producción.</li><li>● Temas de interés para los <i>gamers</i> venezolanos.</li><li>● Experiencia en el periodismo online.</li></ul>
------------	---

Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Amplio espectro de nicho del mercado.</li> <li>● Contenido personalizado.</li> <li>● Ausencia de competencia en el país.</li> </ul>
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Sitio Web desconocido.</li> <li>● Escasos colaboradores.</li> <li>● No genera ingresos.</li> <li>● Ausencia de publicidad para el sitio Web.</li> </ul>
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Servicio de Internet inestable.</li> <li>● Problemas para analizar los juegos al momento del lanzamiento por falta de presupuesto.</li> </ul>

#### **f. Propuesta de Valor**

La página Web de “ElGamerLatino” busca crear un espacio donde los jugadores venezolanos puedan leer e informarse, además de ser un portal que está abierto a la colaboración para que los fanáticos puedan escribir, comentar y compartir sus comentarios sobre los videojuegos.

Las redes sociales juegan un papel fundamental en la sociedad actual, es por ello que los comentarios, dudas o las críticas serán tomadas en consideración para mejorar el rendimiento de la página para crear el concepto de una comunidad de jugadores más informados.

### **g. Relación con los Lectores**

Es importante para la imagen de la marca tener un contacto con los lectores, ofrecer respuestas a las dudas, comentarios y fomentar la interacción con la página. Manteniendo siempre un lenguaje respetuoso, de manera que exista una línea ética que debe mantenerse sin importar la naturaleza del comentario que se reciba. (Puntí, 2002).

### **h. Canales de Distribución del Contenido**

Con la intención de que el contenido pueda tener un mayor alcance, la página Web tiene sus redes sociales, con las cuales el contenido es difundido de acuerdo a las plataformas.

- Facebook: el contenido publicado es más largo debido a que la red social permite una mayor extensión en el texto, permitiendo hacer un resumen del contenido de la nota para captar el interés del lector.
- Twitter: debido a su principio de “mensajes breves”, es el medio ideal para difundir las noticias y permite organizar el contenido de manera que pueda repetirse la misma nota en varios horarios con la intención de aumentar el alcance y las visitas al sitio Web.
- Instagram: siendo la red social más visual es ideal para captar un público joven y capitalizar mediante una de sus funciones, las “historias”, un mayor alcance e interacción.

### **i. Promoción del Contenido**

Las notas que se publiquen en la página web también serán difundidas a través de las redes sociales con el fin de lograr que estas tengan un mayor alcance con los lectores. Para cada red social se implementa una adaptación del contenido, como se lee a continuación:

- a. **Facebook**: Microsoft confirmó a través de su división Microsoft Game Stack, que tras una gran deliberación no asistirá a la Game Developers Conference 2020 por seguridad y precaución con respecto al coronavirus.



Imagen 5.- Página de ElGamerLatino en Facebook

- b. **Twitter:** La experiencia de la onceava edición de la CaracasGameJam muestra el amor y la pasión por los videojuegos de los desarrolladores venezolanos.



Imagen 6. - Perfil de ElGamerLatino en Twitter

- c. **Instagram:** Se cumplen 20 años del lanzamiento de PlayStation 2. El 4 de marzo del año 2000, salió a la venta la PlayStation 2, la consola que revolucionó el mundo de los videojuegos. Es la consola más vendida en la historia en relación a los años en que estuvo en el mercado con más de 155 millones de aparatos.

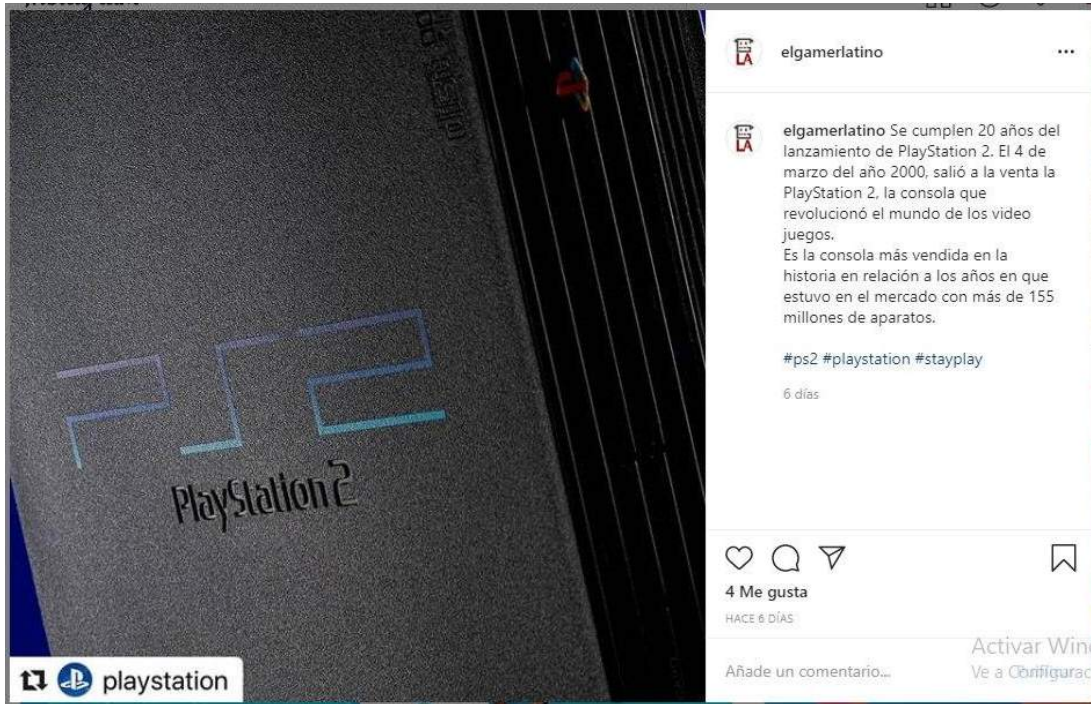


Imagen 7. - Perfil de ElGamerLatino en Instagram

## **9. Filosofía de gestión**

### **a. Misión**

Convertirse en la principal página web de Venezuela en cubrir los acontecimientos del mundo de los videojuegos.

### **b. Visión**

Ser reconocidos como un medio de comunicación que cubra la fuente de videojuegos en Venezuela.

### **c. Valores**

- Responsabilidad
- Constancia
- Colaboración
- Calidad
- Pasión

### **d. Plataforma digital**

El primer paso para realizar el desarrollo del proyecto fue la investigación sobre las plataformas digitales, pensando en cuál podría cumplir con las expectativas del sitio web “ElGamerLatino”.

Cuando comenzó la idea del proyecto hace cinco años durante la materia “Tecnología de la Comunicación e Información”, se había implementado la plataforma de WordPress para un blog de videojuegos. Tomando esta idea como base se pensó crear una página Web de manera formal, que cuente con un dominio propio y que pueda ofrecer un espacio para los jugadores venezolanos.



## 10. Conceptualización del mapa del sitio web

El mapa del sitio permite organizar los contenidos de forma lógica y fácil en un sitio Web para propiciar la navegación dentro de la página. Además, es la guía fundamental para la construcción de los bocetos que permitirán luego la maquetación digital del sitio Web.

El mapa del sitio inicial del proyecto incluye:

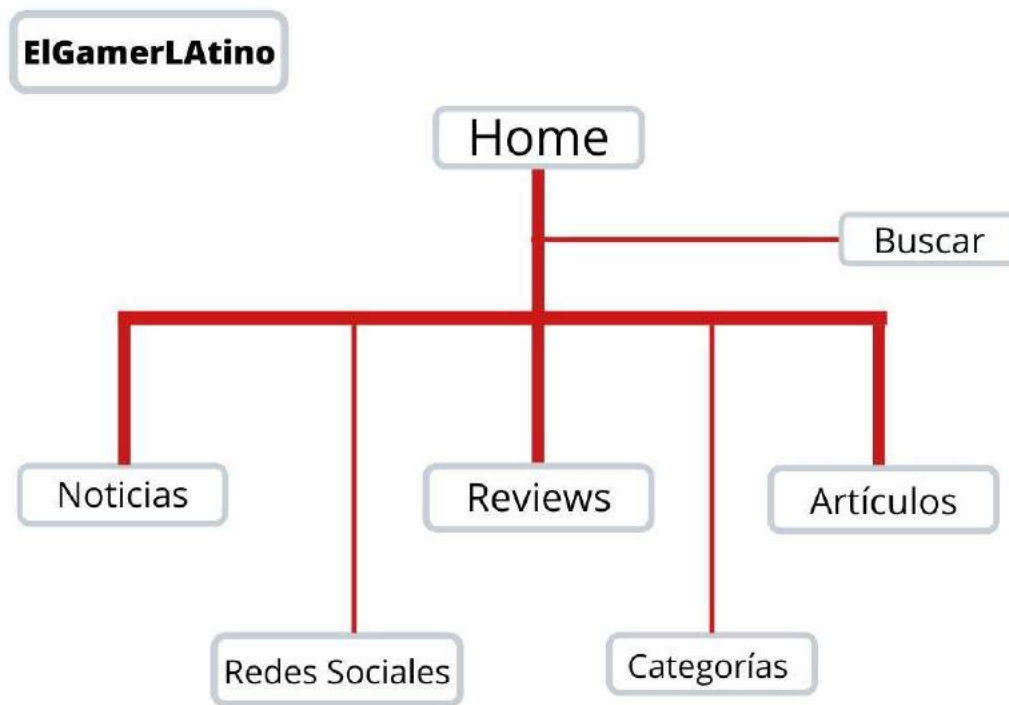


Imagen 8.- Mapa conceptual de la página.

## 11. Bocetos iniciales del sitio Web

Luego de construido el mapa del sitio se procedió a crear los bocetos gráficos de la distribución del *homepage*, páginas internas y un detalle de artículo con la intención de organizar, mediante la jerarquización de contenidos en base a los criterios editoriales, la relevancia y el impacto. A continuación, los bocetos:

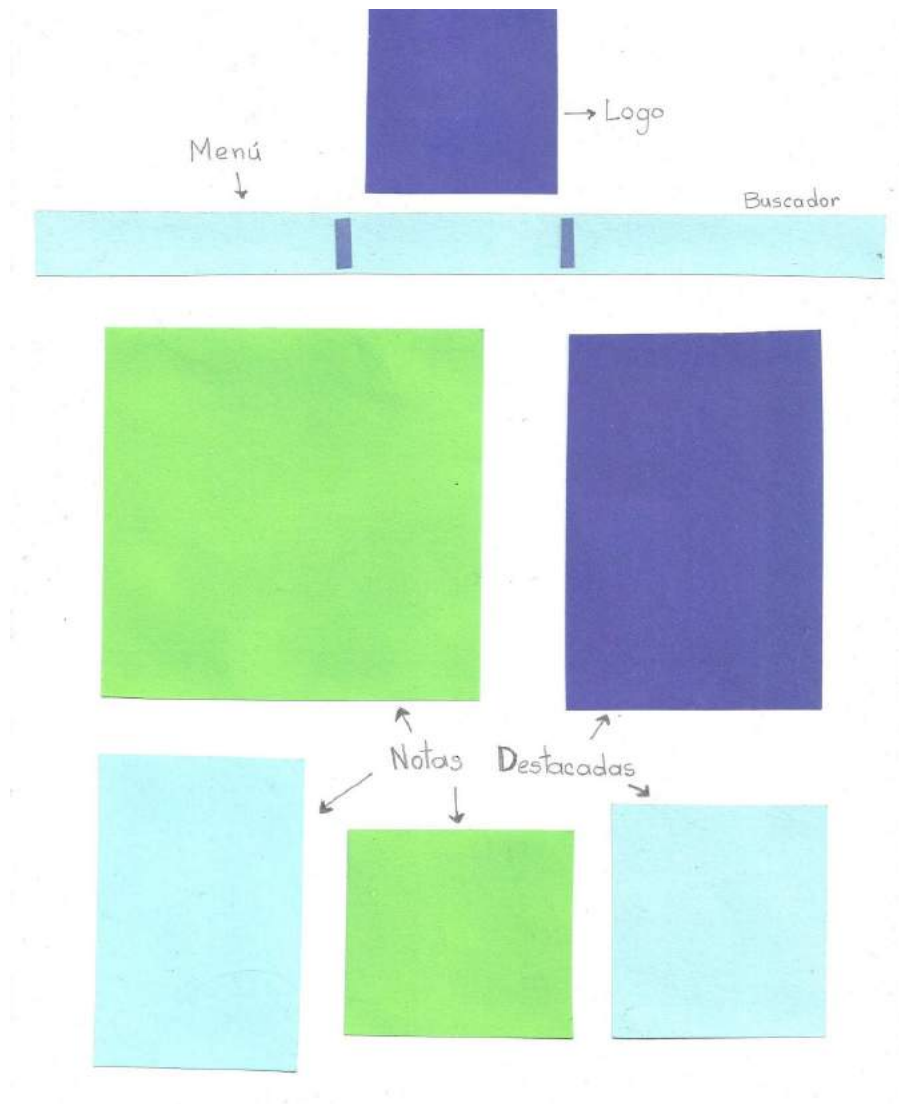


Imagen 9.- Primera visual de distribución del homepage. (Creación propia)

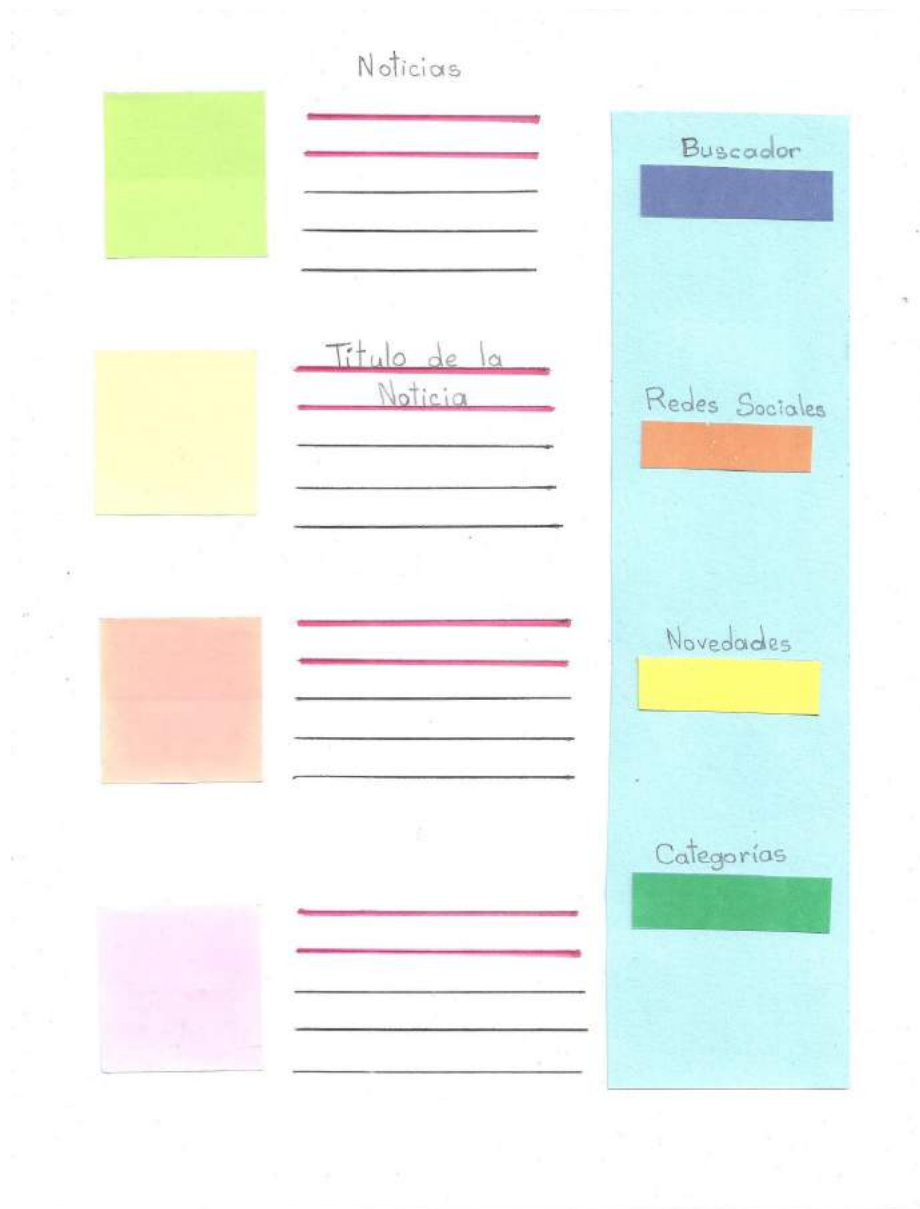


Imagen 10.- Primera visual de distribución de una sección interna. (Creación propia)



Imagen 11.- Primera visual de distribución de una sección interna de los artículos. (Creación propia)

## 12. Maquetación del Proyecto

Luego de consolidada la distribución de los elementos de forma lógica, se procedió a realizar la maquetación del proyecto en la plataforma WordPress, integrando todos los elementos que componen el diseño y tomando como guía para su elaboración al mapa del sitio y los bocetos.

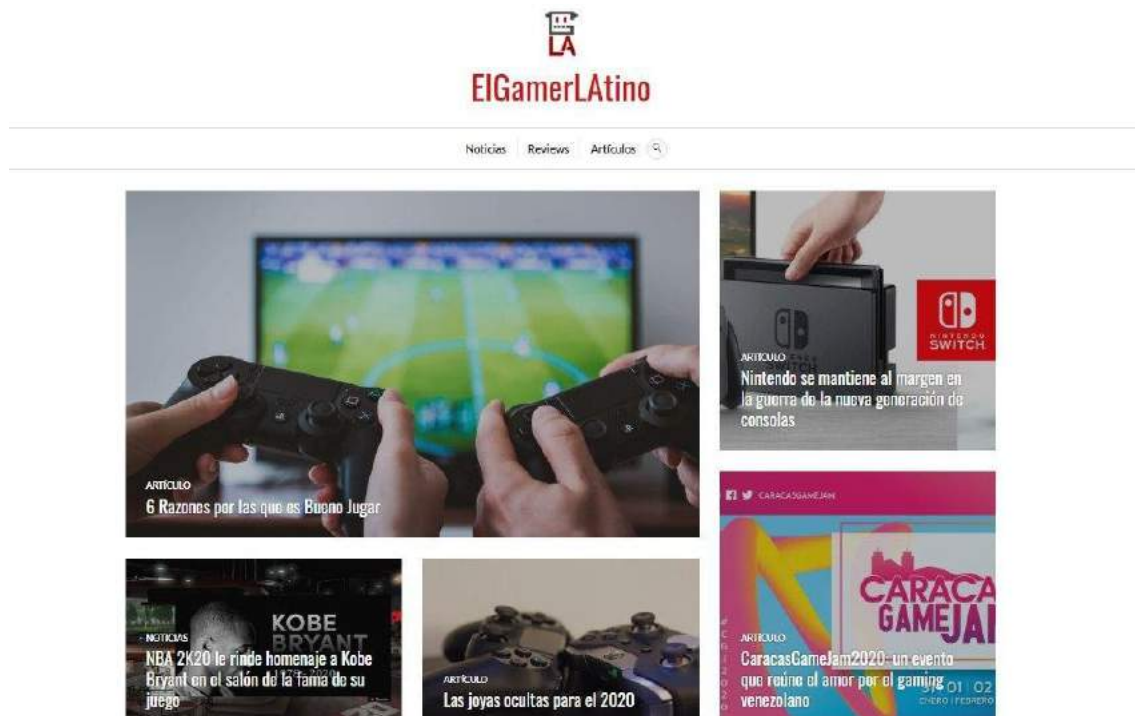


Imagen 12.- Visual del homepage luego de la maquetación (creación propia)

En el Home se puede apreciar el logo en la parte superior junto con el nombre que cumplen la función de identificar el sitio web en todo momento, además, puede ser usado para regresar al inicio en cualquier momento con un clic desde cualquier sección interna de la página. Después se encuentra el menú donde están las categorías de la página Web en orden de relevancia.

Las cinco entradas que están disponibles sirven como el contenido destacado, allí los artículos, *reviews* y noticias importantes están posicionadas en orden cronológico para que el lector lo ubique con mayor facilidad.

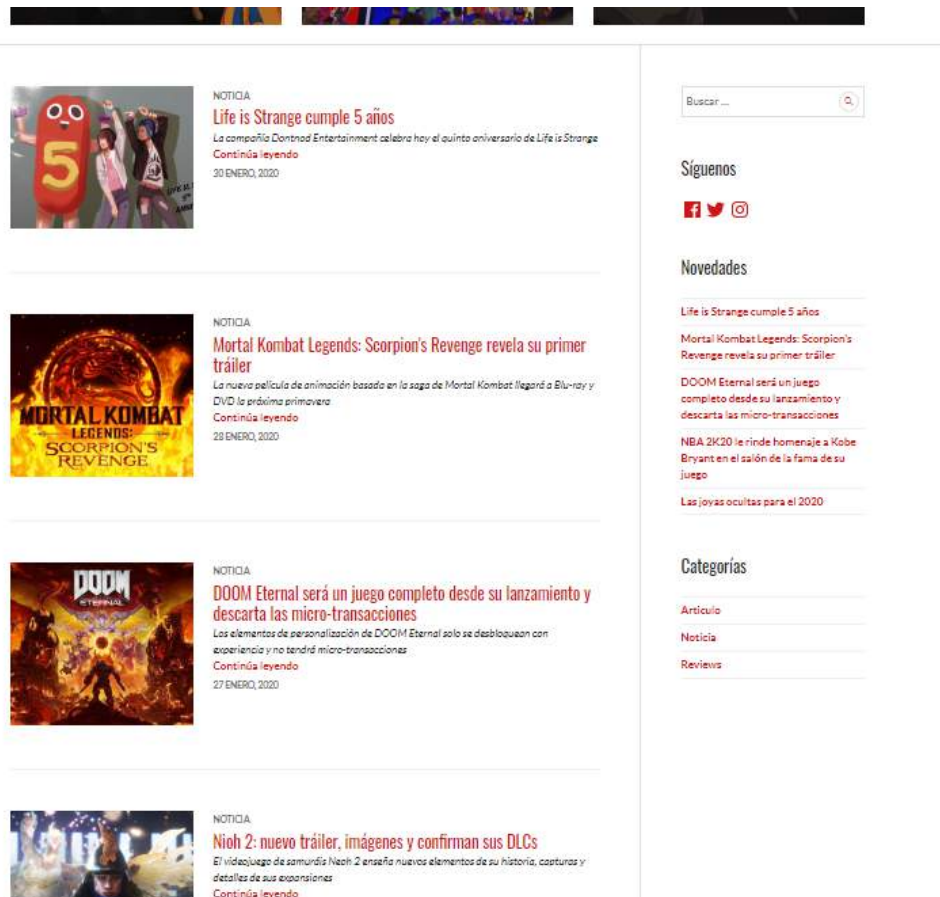


Imagen 13.- Visual del homepage luego de la maquetación (creación propia)

Desplazándose más abajo están el resto de las noticias, a la derecha se encuentra el buscador interno, que permite encontrar contenidos dentro del sitio Web mediante palabras claves; luego los accesos a las redes sociales, seguidamente las novedades, que es una breve lista de las últimas notas que se han publicado y las categorías en formato de lista, como accesos rápidos adicionales para los usuarios a las secciones principales.



*Desarrolladores, artistas, estudiantes, profesionales de la computación, diseñadores, músicos, son algunos de los talentos que se reunieron el 31 de enero para sumergirse en una experiencia que puso a prueba su creatividad, su deseo de aprender y su capacidad de resolver problemas.*

La GlobalGameJam es un evento que reúne a los amantes de la industria de los videojuegos con la meta de crear un juego en 48 horas.

Este año la onceava edición de la CaracasGameJam se llevó a cabo en los

Buscar...

Síguenos



Imagen 14.- Apariencia de los artículos

*deseo de aprender y su capacidad de resolver problemas.*

La GlobalGameJam es un evento que reúne a los amantes de la industria de los videojuegos con la meta de crear un juego en 48 horas.

Este año la onceava edición de la CaracasGameJam se llevó a cabo en los espacios de Wayra y contó con el apoyo de **Cryptobuyer** y **Pana**, en dónde el evento dio su apertura a las cuatro de la tarde del viernes 31 de enero.

En la presentación se proyectaron unos videos del fundador de la CaracasGameJam **Ciro Duran**, quien expresó su alegría por seguir llevando a cabo el evento por once años seguidos. También se exhibieron los videos de introducción al evento a nivel internacional y se reveló el tema del evento de este año: "Repair" (reparar).

Posteriormente se llevó a cabo la división de los equipos y todos empezaron a discutir las ideas de sus juegos. ¿Qué sistema usar? ¿PixelArt o 3D? ¿Cómo abordamos la temática? Son algunas de las preguntas que surgen durante las primeras horas mientras los artistas empiezan a trabajar e incluso a mitad del desarrollo.

Entre la presión y las discusiones creativas los participantes pudieron

Síguenos



Novedades

Se anuncia **Amnesia: Rebirth** para PS4 y PC

**Project Maverick**: un nuevo videojuego de **Star Wars**

Condenan a **116 años de cárcel** por fraude a una exjugadora de **Counter-Strike**

Jugadores de **Dreams** consiguen trabajo en la industria de los videojuegos

Los títulos que llegaron a **PlayStation Now** en Marzo

Imagen 15.- Cuerpo del texto

El evento termino con una foto de los participantes y también con algunas palabras de los organizadores quienes agradecieron a los desarrolladores.

Galería de imágenes:



Imagen 16.- Galería de fotos en las notas (las que lo ameriten)



Imagen 17.- Versión móvil del sitio web.





NOTICIAS

## Project Maverick: un nuevo videojuego de Star Wars

Un bot de Twitter filtra lo que se creé que es un nuevo juego de Star Wars llamado Project Maverick

[Continúa leyendo](#)

5 MARZO, 2020

Imagen 18.- Apariencia de una nota en versión móvil (Exterior)



Imagen 19.- Apariencia de la nota en versión móvil 1 (Interior)

# Project Maverick: un nuevo videojuego de Star Wars

*Un bot de Twitter filtra lo que se creé que es un nuevo juego de Star Wars llamado Project Maverick*

Hace algunos días se revelaron los primeros detalles de *Star Wars: The High Republic*, anteriormente conocido como *Project Luminous*, esto ha hecho que las opiniones sobre el nuevo rumbo que tomará la franquicia de videojuegos de Star Wars.

Se estima que una nueva fase de la saga iniciaría con un juego, pero no hubo noticias al respecto. Sin embargo, gracias a una filtración en Twitter se deja ver una imagen de lo que se espera que sea un nuevo juego de Star Wars que tiene el nombre clave de **Project Maverick**.

Imagen 20.- Apariencia de la nota en versión móvil 2 (Interior)

## 14. Conclusiones

En Venezuela existe una carencia de medios que pueda cubrir esta fuente debido a que la industria de los videojuegos se encuentra gravemente afectada por la situación que atraviesa el país. A su vez la falta de recursos y la alta cifra de inversión para iniciar un proyecto imposibilita la producción de nuevos medios, sin embargo, actualmente nos encontramos en la era digital que nos permite abrir nuevos caminos para la información, el entretenimiento y las ideas.

La intención de este proyecto fue otorgar un espacio donde los fanáticos del mundo de los videojuegos pudieran informarse, leer *reviews* y ofrecer artículos de opinión e interés sobre este mundo, de esta manera, se aporta un nuevo medio digital de información y entretenimiento hecho en Venezuela, con contenido útil y diseño simple que invite a los amantes de este mundo a leer, opinar y escribir.

El producto final paso por varias transformaciones y ajustes de diseño, pero se logró crear la página web profesional dedicada al mundo de los videojuegos y se pudo obtener aprendizajes tanto teóricos como prácticos durante el proceso. El aprendizaje teórico fue principalmente sobre periodismo digital, sobre la creación de una imagen corporativa, además de todo lo relacionado con la hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, permitiendo pulir el proyecto de “ElGamerLatino”.

A su vez, el aprendizaje práctico fue conocer a través de ensayo y error el manejo profesional de la plataforma WordPress, así como el mejorar el estilo de redacción de textos considerando lo aprendido en la Universidad Monteávila sobre géneros periodísticos.

Este proyecto alojado en [www.elgamerlatino.wordpress.com](http://www.elgamerlatino.wordpress.com) podrá ser visitado por cualquiera que tenga un dispositivo electrónico con acceso a Internet, también tendrán la oportunidad para compartir contenido, previamente revisado y así generar interactividad con los lectores.

## 15. Recomendaciones

Dado que trabajo requirió la creación del sitio web [www.elgamerlatino.wordpress.com](http://www.elgamerlatino.wordpress.com) y el tiempo que se invirtió desde el diseño, la redacción de contenido, creación de las redes, seguimiento de las noticias, entre otras; para garantizar el crecimiento del proyecto se debe tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

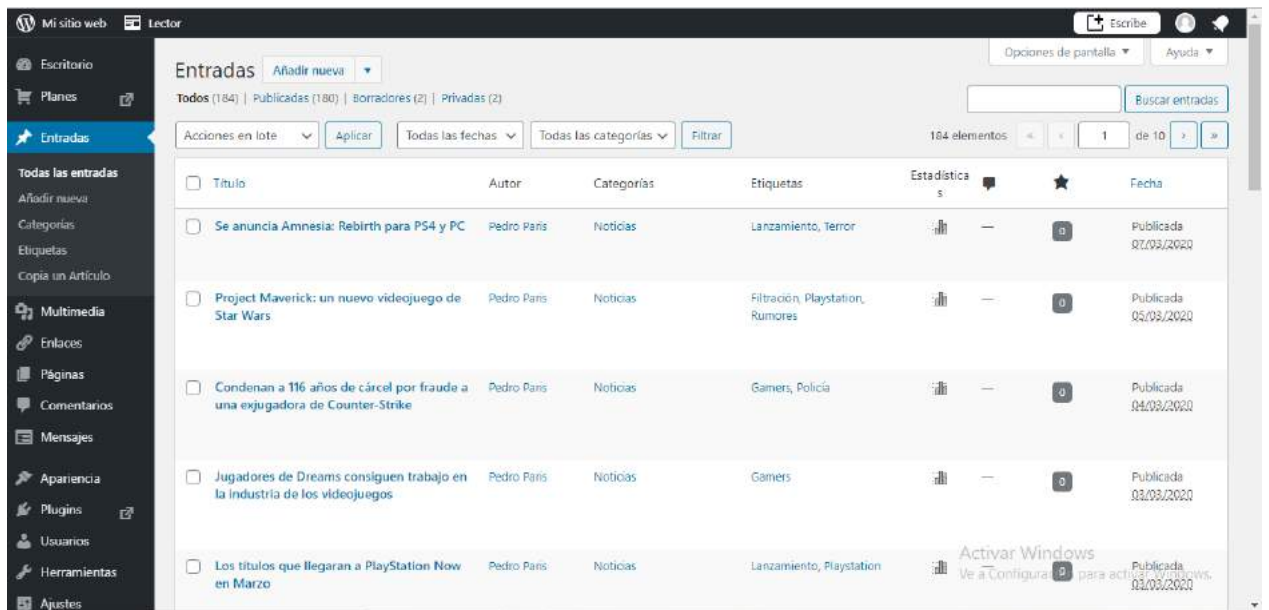
- Incluir una sección de “Podcast” para poder diversificar el contenido y así tener un espacio para la interacción con el público.
- Mantener la producción y gestión de contenido para la página Web de manera que este proyecto perdure en el tiempo.
- Identificar una cartera de posibles socios para forjar alianzas estratégicas que ayuden a generar ingresos a “ElGamerLAtano”.
- Incorporar colaboradores que tengan la intención de ejercer el periodismo en esta fuente informativa, de manera que ayuden a generar contenido para la página.
- Adquirir una cuenta “Premium” en la plataforma WordPress que permite mayor personalización, así como adquirir el dominio “elgamerlatino.com”.
- Desarrollar campañas de promoción pagas, mediante las plataformas de administración de anuncios de Facebook, Instagram, Twitter y Google Ads para aumentar la exposición de los contenidos, el reconocimiento y su posicionamiento SEO en buscadores.

## 16. Referencias

- Ambrose, G., y Harris, P. (2008). *Color*. España: Parramón.
- Ambrose, G., y Harris, P. (2009). *Fundamentos de la tipografía*. España: Paidotribo.
- Ambrose, G., y Harris, P. (2007). *Tipografía*. España: Parramón Ediciones, S.A.
- Capriotti, P. (2009). *Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Chile: Colección Libros de la Empresa.
- Celaya, J. (2013). *Redes Sociales en la gestión empresarial*. Recuperado de <https://talentosreunidos.com/2013/03/11/redes-sociales/>
- Delgado, H. (2019). *Psicología y teoría del color - Qué efectos producen*. Recuperado de <https://disenowebakus.net/psicologia-y-teoria-del-color.php>
- El Nacional, (2019) *Acceso a Internet en Venezuela se ubicó en 40,5%*. Recuperado de <https://www.elnacional.com/venezuela/acceso-a-internet-en-venezuela-se-ubico-en-405/>
- Fantoni, C. (2006). *Comunicación Total*. España: Libros Profesionales de Empresas.
- Grupo Copesa. (2010). *Escritura, Lenguaje y Comunicación*. Recuperado de <http://www.icarito.cl/2010/03/96-8778-9-articulo-periodistico.shtml/>
- Lozares, C. (1996). “*La teoría de redes sociales*”. Recuperado de <https://papers.uab.cat/article/view/v48-lozares/pdf-es>
- Marketing de Contenido de RD Station. (2017). *¿Qué son las redes sociales?*. Recuperado de <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>
- Martínez, J. (2014). *Definición de noticia realizadas por dos autores*. Recuperado de <https://livingthefantasynow.wordpress.com/2014/05/28/definicion-de-noticia-realizadas-por-dos-autores/>

- Millenium. (2003). *Páginas Web*. Recuperado de <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-una-pagina-web.html>
- Nielsen. J. (2001). *Homepage Usability: 50 Websites Deconstructed*. Estados Unidos: New Riders
- Pedone, C. (2000). *El trabajo de campo y los métodos cualitativos. Necesidad de nuevas reflexiones desde las geografías latinoamericanas*. Recuperado de <http://www.ub.edu/geocrit/sn-57.htm>
- Pereira, F. y Zúñiga, T. (2016). *Hacia una conceptualización de los videojuegos como discursos multimodales electrónicos*. Colombia: Universidad de Medellín.
- Pérez, I. (2019). *El valor de la industria de los videojuegos en 2019*. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/el-valor-de-la-industria-de-los-videojuegos-en-2019/>
- Portet, S. (2011). *Social network accounts out number people on Earth*. Recuperado de <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>
- Publisuites. (2017). *Cómo hacer un Review de producto útil para el usuario*. Recuperado de <https://www.publisuites.com/blog/como-hacer-un-review-de-producto/>
- Puntí, J. (2002). “*La relación entre autor, texto y lector es sobre todo erótica*”. Recuperado de [https://elpais.com/diario/2002/05/04/cultura/1020463208\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2002/05/04/cultura/1020463208_850215.html)
- Tejada, L. (1987). *Gestión de la Imagen Corporativa*. España: Norma.
- Wiedmann, E. J. (2007). *Logo Design*. Alemania: TASCHEN.

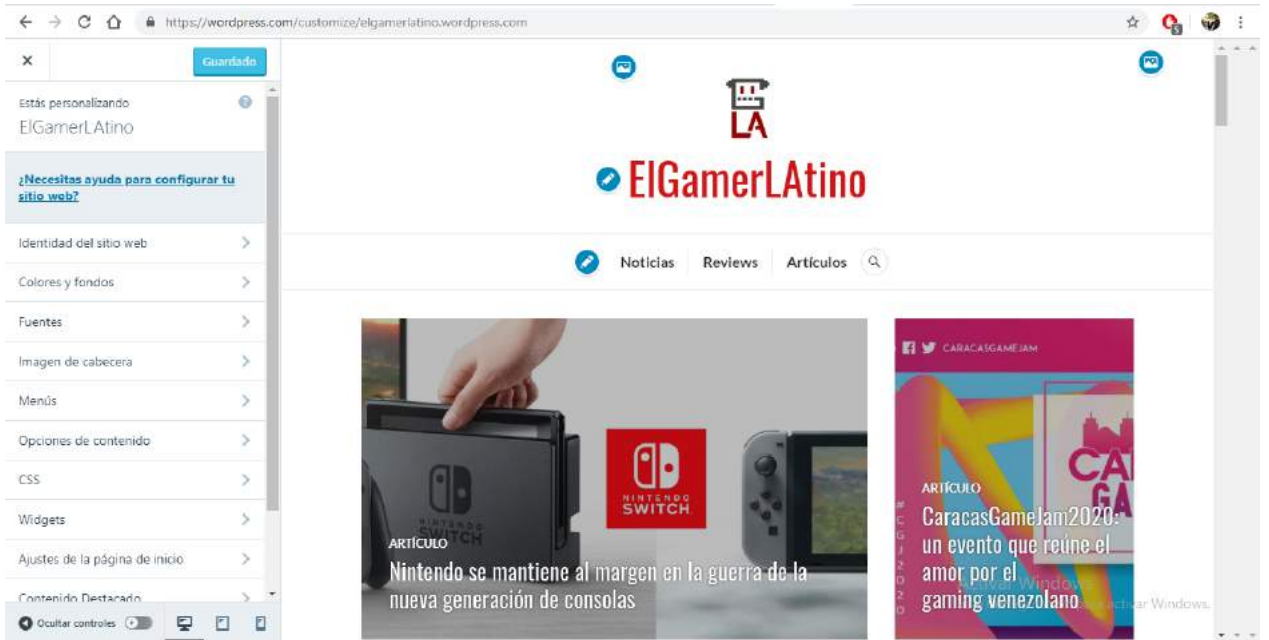
## 16. Anexos



Anexo 1.- Vista de las entradas en modo administrador



Anexo 2.- Plantilla de nota



Anexo 3.- Vista previa de la edición de la plantilla.



Anexo 4.- Cuerpo del artículo (parte 1)



La GlobalGameJam es un evento que reúne a los amantes de la industria de los videojuegos con la meta de crear un juego en 48 horas.

Este año la onceava edición de la CaracasGameJam se llevó a cabo en los espacios de Mayra y contó con el apoyo de Cryptobuyer y Pana, en dónde el evento dio su apertura a las cuatro de la tarde del viernes 31 de enero.

En la presentación se proyectaron unos vídeos del fundador de la CaracasGameJam, **Ciro Duran**, quien expresó su alegría por seguir llevando a cabo el evento por once años seguidos. También se exhibieron los vídeos de introducción al evento a nivel internacional y se reveló el tema del evento de este año: "Repair" (reparar).

Posteriormente se llevó a cabo la división de los equipos y todos empezaron a discutir las ideas de sus juegos. ¿Qué sistema usar? ¿PixelArt o 3D? ¿Cómo abordamos la temática? Son algunas de las preguntas que surgen durante las primeras horas mientras los artistas empiezan a trabajar e incluso a mitad del desarrollo.

Entre la presión y las discusiones creativas los participantes pudieron compartir un poco sobre sus experiencias en las ediciones pasadas y sobre su trabajo como desarrolladores, "hay talento en Venezuela, los diseñadores están desperdigados en pequeños grupos, pero se les puede encontrar".



## Noticias

6 Razones por las que es Bueno Jugar

Se anuncia Amnesia: Rebirth para PS4 y PC

Project Maverick: un nuevo videojuego de Star Wars

Condenan a 116 años de cárcel por fraude a una exjugadora de Counter-Strike

Jugadores de Dreams consiguen trabajo en la industria de los videojuegos

## Categorías

Artículo

Anexo 5.- Cuerpo del artículo (parte 2)

Entre la presión y las discusiones creativas los participantes pudieron compartir un poco sobre sus experiencias en las ediciones pasadas y sobre su trabajo como desarrolladores, "hay talento en Venezuela, los diseñadores están desperdigados en pequeños grupos, pero se les puede encontrar".

El organizador de este año Christian Oliveros comenta sobre el evento:

*"Es muy emocionante poder organizar este evento. Nos ha ayudado mucho gente de afuera para que pueda llevarse a cabo"*



Las entradas para el evento se agotaron en tan solo seis horas. Así lo asegura Cristian, quien añade "recibimos apoyo de muchas personas fuera del país que nos ayudaron a llevar el evento a cabo, incluso nos donó la presidenta de la GlobalGameJam".

### Anexo 6.- Cuerpo del artículo (parte 3)

Este año los organizadores del evento se encargaron de proveer la comida a los participantes y el equipo del staff también desarrolló algunas obras que fueron presentadas el domingo en el cierre del evento, donde todos los participantes tuvieron que terminar y subir su juego a la página de la GlobalGameJam, donde es posible descargar los títulos que crearon los participantes.

En la presentación pudieron observarse el esfuerzo, el agotamiento y la satisfacción de los creadores quienes presentaron con orgullo sus obras. Las presentaciones abarcaron todo tipo de juegos, desde las plataformas hasta las aventuras en el espacio.

Como lo fueron *Cross Wrenches* y *Repair SpaceShip Simulator* dos aventuras espaciales en las que tienes que buscar piezas en el espacio o apoyar a las naves de tu equipo para que lleguen a la victoria.

También se presentaron títulos que apostaron por ideas más emocionales como *Life Fix* un título que busca demostrar como "el Fixer tiene el poder de reparar lo que quiera, excepto su vida" y *Dreaming Bonds* una aventura que lleva al jugador a explorar los sueños de un niño que solo quiere despertar de su pesadilla.

### Anexo 7.- Cuerpo del artículo (parte 4)

## Categorías

[Inicio](#)

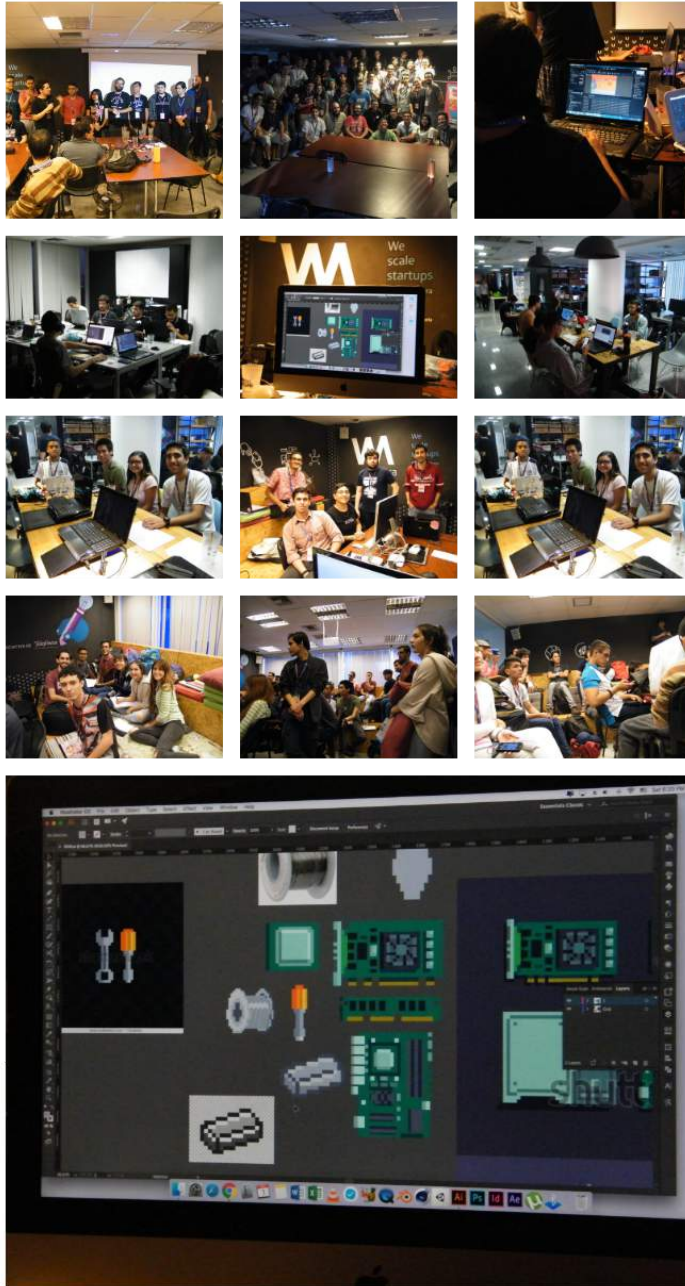
[Noticias](#)

[Eventos](#)

[Videos](#)

El evento terminó con una foto de los participantes y también con algunas palabras de los organizadores quienes agradecieron a los desarrolladores.

**Galería de imágenes:**



4 FEBRERO, 2020

# DESTACADOS, # EVENTO, # GAMEJAM, # GAMERS, # VENEZUELA

Anexo 8.- Cuerpo del artículo (parte 5)