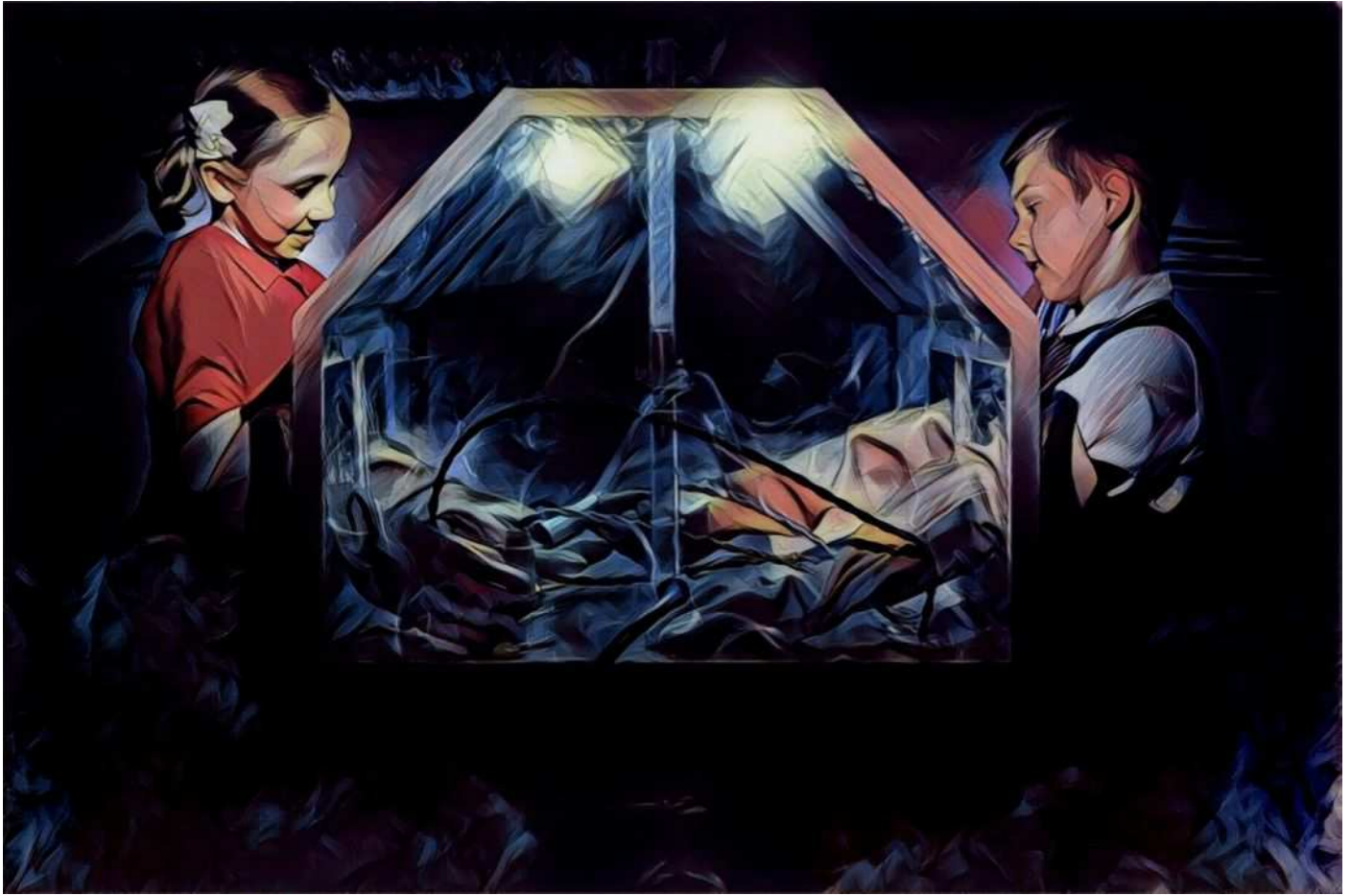


11 Elección y diseño de los retos



Al elegir un reto u otro para tu escape room te recomendamos que estos también estén integrados y sean coherentes con la narrativa. Pregúntate “¿por qué está este reto aquí?”. Por ejemplo, imagina que decides usar una linterna de luz ultravioleta para que los participantes puedan leer un mensaje escrito con tinta invisible. Si tu Escape Room está ambientada por ejemplo en una temática donde hay un mundo paralelo tipo *Stranger Things*, la linterna podría ser la forma de poder ver mensajes escritos en el otro mundo por la persona a la que tienen que rescatar los participantes.

Cada reto debería tener una solución clara. Es decir, los participantes deben saber si han resuelto o no el problema planteado. Si la solución es ambigua los participantes tendrán una menor sensación de recompensa ya que primero tendrán que ver si esa solución tiene sentido o no. Los participantes deberían saber, a ciencia cierta, que han obtenido la solución correcta que abre el siguiente candado.

El reto debe dejar grados de libertad. No tendría mucha gracia un laberinto en el que no te puedas equivocar de camino. Un buen laberinto te despista, te hace cometer errores (relativamente pequeños) que puedes corregir para volver al camino correcto.

También es interesante que el reto ofrezca alguna información sobre si se está resolviendo bien o mal, especialmente si un reto requiere realizar alguna tarea durante algún tiempo prolongado. Puede ser muy frustrante para los participantes descubrir justo al final que no iban por buen camino y deben volver a empezar.

Esfuerzo vs Inspiración



Un buen reto debe tener un buen equilibrio entre el esfuerzo requerido para solucionarlo y la inspiración o idea feliz. Si el reto requiere mucho esfuerzo se convertirá en algo pesado. Por ejemplo, imagina tener que traducir varios párrafos cifrados con símbolos. Los participantes se aburrirán muy pronto. Si los retos son muy complicados y requieren de la inspiración divina para encontrar la solución, los participantes también desconectarán de la experiencia porque el juego se habrá convertido en un juego de adivinanzas, en el que no tienen ni idea de por dónde abordar los retos.

En el otro extremo si los retos son demasiados sencillos el acertarlos no supondrá una recompensa, porque son muy obvios. Esto también puede desenganchar a los participantes.

Tú, como game master, marcarás el nivel de complejidad que quieres darle a los retos pensando en tus participantes, en su edad, conocimientos, imaginación, habilidad y experiencia en juegos.

Cada reto, una oportunidad

Piensa que cada reto, cada norma y cada elemento de la ambientación es una oportunidad para que los participantes obtengan una visión más completa sobre la narrativa que están viviendo y sobre el mundo exterior. Por ejemplo, si decides que los participantes no pueden usar sus teléfonos móviles puedes justificarlo de muchas formas: "ha habido una tormenta solar que ha dejado inutilizados todos los sistemas de comunicación del planeta" o "el grupo terrorista que ha fabricado un letal virus se ha hecho con el control de todas las redes de móviles para detectar y eliminar a aquellos que estén tratando de desarrollar el antídoto".

Haz la lista de la compra

Cuando diseñes tu escape room y vayas seleccionando los retos, te recomiendo ir haciendo "la lista de la compra" con todos los elementos necesarios. Esta lista te servirá para poder comprobar que no olvidas nada el día que tengas que poner en marcha tu escape room.

Ten un plan B para los retos digitales

Si vas a utilizar retos basados en tecnología asegúrate de que tienes un plan B. La ley Murphy es igualmente aplicable al mundo de las Escape Room. Si algún reto necesita que los participantes lean un código QR puede que lo hayan arrugado por descuido. Si requieren acceder a una página web, ese día internet no funcionará. Ese plan o backup puede ser tan sencillo como un sobre que puedas pasarles y que contenga un acertijo que al resolverlo les de la misma pista que hubieran obtenido al haber utilizado aquel elemento que falló.



Pon a prueba tu escape room

¿Te imaginas que Disneyworld pusiera en marcha una nueva atracción sin haberla probado antes? ¿O que un grupo diera un concierto sin hacer primero un solo ensayo? Tu escape room es una experiencia, y como tal, debes ponerla a prueba, para asegurar que sea una buena experiencia.

Solicita a amigos o compañeros que participen en la escape room que has diseñado para que te den su feedback. Podrás comprobar si el nivel de dificultad de los enigmas es el adecuado para los participantes que vas a tener, si hay tiempo suficiente, si las instrucciones están suficientemente claras, si la historia es atractiva, y si todo cuadra y tiene sentido.

Para el lanzamiento

Es importante que hagas 2 listas de tu escape room:

1. La primera es la secuencia del escape room que llevarán los participantes. Apunta cada paso que irán dando, anota los materiales necesarios, las herramientas y los mensajes que deben estar en el lugar apropiado y el tiempo estimado en cada paso. Anota también la combinación de todos los candados.
2. La segunda es la secuencia de lo que tú, como gamemaster, debes hacer y en qué orden. Tu secuencia empieza mucho antes y refleja lo que debes hacer desde que llegas a la sala, o incluso antes. Anótalo como si otra persona tuviera que prepararlo. Si vas a utilizar tu escape room con varios grupos seguidos esta lista de servirá para reiniciar la sala y que se pueda volver a jugar.