
Dissenyant experiències narratives en entorns reals: el cas dels *Escape Rooms*

PID_00251459

Antoni Roig Telo

Temps mínim de dedicació recomanat: 2 hores



Universitat
Oberta
de Catalunya

Índex

Introducció	5
1. Dissenyant <i>Escape Rooms</i>: una conversa amb responsables de cinc <i>Escape Rooms</i> de Barcelona	7
1.1. Introducció	7
1.2. L'entrevista	8
1.2.1. El context: d'on va sorgir la idea de fer un <i>Escape Room</i> ?	8
1.2.2. La fase prèvia en el disseny de l'experiència: el punt de partida i les primeres passes	10
1.2.3. Interacció i equilibri entre els elements bàsics dels <i>Escape Rooms</i> al llarg del procés de disseny de l'experiència: la història, les proves, l'ambientació, la immersió, els reptes, les missions	12
1.2.4. Disseny recursiu: verificació i modificacions del joc	15
1.2.5. La trajectòria dels jugadors: introducció, seguiment, pistes, la sortida, el factor sorpresa	17
1.2.6. Preguntes obertes	19
Bibliografia	23

Introducció

1.3. Introducció

Què és un *Escape Room*?

Els *Escape Rooms* (també coneguts popularment com a *room escape* o *escape games*) s'han convertit en una de les iniciatives d'oci més importants i en expansió dels darrers anys. Tot i que existeixen molts tipus de *Escape Rooms*, els podem entendre de forma general com a experiències d'immersió en forma de joc en què un grup de persones disposa d'un temps limitat per a sortir d'un espai o complir una missió determinada. Per a aconseguir aquest objectiu, el grup haurà de resoldre una sèrie d'enigmes i superar unes proves que els permetran avançar. Heikkinen i Shumeyko (2016) proposen una de les definicions més completes disponibles, que apliquen al que ells mateixos denominen de forma molt específica "*Escape Rooms* en el món real", ja que existeix també la possibilitat que aquest tipus d'experiències tinguin lloc en altres entorns, com per exemple de realitat virtual:

"Els Escape Rooms en el món real són jocs d'aventura en viu i tematitzats en què els jugadors – com a norma un equip de dos o més persones – es troben tancats en una habitació o en una sèrie d'habitacions, de les quals han d'escapar físicament i que disposen d'un límit de temps determinat. Per tal de trobar-ne la sortida, els jugadors han de resoldre un conjunt divers d'enigmes cercant pistes i objectes distribuïts al voltant de l'habitació i utilitzar-los per a completar diferents tasques. Els enigmes que s'utilitzen en els Escape Rooms són de naturalesa molt variada i poden anar des de problemes de lògica, matemàtics o analítics fins a tasques sensorials o reptes originals, la qual cosa requereix pensament creatiu i idees no convencionals. Els jocs tipus escape room no només tenen com a objectiu esdevenir una forma entretinguda de passar temps amb família, col·legues o amics, sinó que també tenen com a objectiu desenvolupar les habilitats analítiques, observacionals, organitzacionals i de comunicació, així com el pensament crític, la creativitat i l'habilitat de cooperar amb altres i de funcionar de forma efectiva com un equip."
(Heikkinen i Shumeyko, 2016: 3)

Tal com es desprèn d'aquesta definició i com veurem a continuació amb la conversa que hem establert amb destacats dissenyadors d'*Escape Rooms*, hi ha diverses capes en aquest tipus d'experiències: la diversió en comú, però també posar a prova les seves habilitats individuals i col·lectives. És per aquest motiu que els *Escape Rooms* s'han convertit també en un recurs d'interès per a les empreses.

Breu història dels jocs d'escapada en viu

Es considera que els primers *Escape Rooms* (sota el nom inicial de *real escape games*) van originar-se al Japó cap a l'any 2007; uns anys després, aquest concepte (i en alguns casos literalment els mateixos jocs) va exportar-se a països com Singapur, la Xina o els Estats Units. A Europa, el fenomen dels jocs d'escapada

en viu es va introduir l'any 2011 a Hongria, a través de l'empresa de Budapest Parapark, que es va convertir en franquícia de referència, present a diferents països europeus i a Austràlia.

Els *Escape Rooms* comencen a convertir-se en una opció d'oci popular i en un negoci en expansió entre els anys 2014 i 2015, que és quan es creen els primers a l'Estat espanyol. En l'actualitat, existeixen nombroses ciutats de referència en aquest àmbit, com ara Pequín, Xangai, Singapur, Moscou, Londres, Toronto, Budapest, Bucarest, Tòquio o Barcelona.

Jocs d'escapada en viu i 'storytelling'

Sovint, els *Escape Rooms* estan dissenyats a partir d'una història, que dona sentit als elements d'ambientació, les proves i la missió. Aquestes històries solen connectar amb narratives popularitzades pel cinema, els videojocs, la literatura i la televisió, la qual cosa permet als jugadors posar-se ràpidament en situació. Com indiquen alguns dissenyadors d'*Escape Rooms*, un dels seus principals factors d'èxit és que es tracta d'experiències col·lectives i comunitàries molt intenses i d'immersió situades en un entorn físic, fet que suposa una alternativa més a les formes d'entreteniment basades en les pantalles, de naturalesa més individual o que descansen en formes d'interacció intervingudes a través de dispositius, com la televisió, les xarxes socials o els videojocs. Els *Escape Rooms* posen en primer pla la interacció cara a cara, l'acció col·lectiva i la lluita contra el temps i els seus límits. Per tot això, es tracta d'experiències que demanen un procés molt intens de disseny i verificació. Per les seves peculiaritats hem cregut interessant abordar-lo des d'aquesta perspectiva en el marc d'una assignatura que posa precisament en relació l'*storytelling* i la pràctica del disseny.

1. Dissenyant *Escape Rooms*: una conversa amb responsables de cinc *Escape Rooms* de Barcelona

1.1. Introducció

Per a la confecció d'aquest material hem volgut identificar exemples propers i alhora diferents entre si d'*Escape Rooms* de Barcelona, que és una de les ciutats amb una escena més dinàmica i expansiva d'aquest tipus d'iniciatives d'oci.

Per una qüestió logística, ens vam limitar a només cinc casos representatius, però en cap cas això significa que siguin els únics possibles; de fet, un dels trets més característics de la conversa és com esmenten els entrevistats altres exemples que consideren altament destacables i dignes de menció, la qual cosa exemplifica una actitud més col·laborativa que competitiva entre empreses.

Hem volgut que sigui una conversa il·lustrativa en què s'ha intentat que "ho siguin tots els que estan" sabent alhora que no poden "estar tots els que ho són".

Vull agrair a les persones que m'han atès i m'han cedit part del seu temps (no sempre ha estat fàcil) i també a aquells que no me l'han pogut cedir per una qüestió relacionada amb la intensitat de l'activitat que porten a terme i la seva natura, com veurem, sovint profundament artesanal. Tot i que no era la intenció inicial, aquest text s'ha convertit també en un homenatge a totes les persones, formin part d'aquest material o no, que entenen la iniciativa emprendedora amb una actitud molt determinada que va més enllà de la formació tècnica o empresarial: el profund amor a allò que es decideix fer. Gràcies a tots ells.

Tot i que les entrevistes s'han realitzat al llarg d'un determinat lapse temporal d'un mes entre el setembre i l'octubre de 2017, les he fusionat al voltant dels temes clau plantejats, per tal d'atorgar més fluïdesa al procés de lectura.

Escape Rooms inclosos en aquest material:

	<p>Enigmik (http://www.enigmik.com/)</p>	<p>Entrevista a Agustí Carbonell.</p>
	<p>Escape Barcelona (http://www.escapebarcelona.com/)</p>	<p>Entrevista a Susana de Ascó i Miguel Ángel Membrive.</p>
	<p>Mystery Escape (http://mysteryescape.es/)</p>	<p>Entrevista a Romain Riaud.</p>
	<p>Horror Box (http://www.horrorbox.es/)</p>	<p>Entrevista a David Moreno.</p>
	<p>Últim Avis (https://ultimavis.cat/)</p>	<p>Entrevista a Sergi Pérez i Emma Ubach.</p>

1.2. L'entrevista

1.2.1. El context: d'on va sorgir la idea de fer un *Escape Room*?

La majoria dels entrevistats tenen en comú formar part d'una primera fornada d'*Escape Rooms* a Barcelona en un primer moment en què el fenomen va començar a adquirir certa notorietat com a novetat cap a l'any 2015.

Agustí (Enigmik): En el nostre cas el Pep (soci d'Enigmik) i jo vivíem a Londres, treballant en coses totalment diferents. Un cop un amic ens va convidar a anar a un *Escape Room*. Ens hi vam plantar sense saber res i vam *flipar*, i això que era un dels primers, molt rudimentari... Quan vam sortir ens preguntàvem: "Però què acabem de fer?". Una setmana després ja estàvem decidits a tirar endavant una cosa així i fer-ho a Barcelona. Vam mirar si ja hi havia alguna cosa semblant i vam descobrir que sí, que existia Cronologic, que són els pioners. Vam tornar a Barcelona l'agost del 2014 i vam obrir Enigmik el

març del 2015. Imagina el que era explicar a la gent el 2015 què era un *Escape Room*, que tancaven gent... Durant les obres la gent pensava que obriríem un restaurant. Ara és més fàcil explicar-ne el concepte...

Miguel Ángel i Susana (Escape Barcelona): En nuestro caso, todo empezó mientras estábamos de viaje por el sudeste asiático. Un día, entramos en un centro comercial y vimos unos carteles que parecían de películas. Pensamos: “¿Qué es esto?” Y entramos sin saber el idioma ni nada. Fue una revelación instantánea y nos preguntamos cómo es posible que esto no existiera en España. Buscamos información y nos dimos cuenta que de hecho sí existían un par y por un momento pensamos que habíamos llegado tarde... Pero cuando volvimos y jugamos, nos dimos cuenta de que mayoritariamente todos estaban ambientados en despachos o algo parecido. Lo que vimos en Asia era algo totalmente distinto. Aunque es verdad que un juego ambientado en un despacho puede estar realmente muy bien, nosotros pensamos que si queríamos vivir una aventura necesitábamos algo distinto: prefiero meterme en una pirámide, en un parque de dinosaurios o en una nave espacial. Es lo que me gustaría vivir si pudiéramos: cuanto más raro sea y que más motive, mucho mejor. Así que nos decidimos y terminamos siendo quizás los sextos u octavos en España.

Romain (Mystery Escape): Trabajaba en una multinacional organizando a veces jornadas de *team building* con mis equipos. Allí maduré la idea de crear un *Escape Room* orientado a empresas. En París existía la marca Mystery Escape Francia, con esa misma orientación. Personalmente, necesitaba una marca, un producto y unos juegos llave en mano. En consecuencia, me acerqué a ellos para llevar la Mystery Escape a España. Esto fue hacia 2015; estábamos todavía muy al principio del movimiento de los *Escape Rooms* en España. Cuando alquilamos el local, lo estrenamos nosotros. Así partíamos de cero y podíamos montarlo como quisiéramos. Para la anécdota, cuando el equipo que realizó las obras terminó su trabajo me reconocieron que no entendían lo que habían estado haciendo. Realmente en 2015 muy pocas personas conocían este mundo de los juegos de escape.

Sergi (Horror Box): El nostre origen és una companyia de teatre especialitzada en experiències en directe. Hem preparat espectacles per al Teatre Coliseum, les Caves Codorniu, el Museu de Cera (durant tres anys) i moltes altres. Ens interessaven molt les experiències d'immersió a l'aire lliure, més enllà dels espectacles en un sentit tradicional. Veníem de l'Hotel Kruger del Tibidabo i també havíem fet espectacles més orientats cap als nens, estil Tim Burton, com el que vam titular *L'arbre dels somnis*. Al tercer any al Museu de Cera vam introduir la idea de l'apocalipsi zombi, en grups de dues persones... Un amic va suggerir traslladar aquest concepte a un *Escape Room*. Així vam crear Jigwaw, amb la idea de ser al màxim d'immersius possible a través d'actors, àudio i efectes visuals.... En aquest sentit vam ser pioners.

Sergi i Emma (Últim Avís): Últim Avís no va néixer com a negoci, o més ben dit, no simplement com a negoci. En bona part ens ho vam plantejar com a *hobby*, era "el nostre joc". Va sorgir de quatre col·legues que vam decidir-nos a fer-ho. Tots ens movíem pel barri de Gràcia a Barcelona i com que tots teníem altres feines vam considerar prioritari obrir el *Escape Room* al barri, per a poder-ho fer més compatible amb les nostres altres activitats. En aquest sentit, el local va venir abans de la idea. Hi vam estar treballant uns quants mesos i vam obrir el juliol del 2015.

1.2.2. La fase prèvia en el disseny de l'experiència: el punt de partida i les primeres passes

En aquest apartat de l'entrevista ens interessa fonamentalment compartir els punts d'entrada en el disseny de l'experiència que acabarà convertint-se en un joc d'escapada en viu. Tot i que hi ha força coincidències en les respostes, a vegades és el concepte o el tema el que està clar, però en alguns tot comença amb el local i en d'altres amb el model de negoci, la identitat i personalitat pròpia que es vol donar a l'*Escape Room* o a l'empresa que l'impulsa, junt amb una certa orientació del tipus d'experiència que es vol proporcionar.

Agustí (Enigmik): En el nostre cas, la història no era el primer. El que teníem molt clar era com volíem que fos el joc. Vam pensar com volíem dissenyar el joc abans que la història, és a dir, vam adaptar més la història al joc que a l'inrevés. Ens agrada més la idea de dissenyar els enigmes; no perquè no ens agradi pensar en la història, sinó que senzillament costa més. No és fàcil crear una història! La nostra és molt senzilla: entrar en un búnquer, robar el material NW6 i sortir-ne abans que s'acabi l'oxigen. Era important que tot això quadrés amb els enigmes, que tots més o menys tinguessin un sentit: de fet vam pensar en el búnquer perquè era senzill. En aquell moment el més fàcil era pensar a escapar-se de llocs com un búnquer, una presó o una masmorra. Ara segurament no fariem un búnquer, però el 2015 quasi tots eren oficines. Hi havia molts jocs en què havies de fer de detectiu o entrar a una oficina, trobar uns documents, o descobrir qui era l'assassí. Vam voler anar una mica més enllà: per exemple, vam ser els primers d'Espanya a separar l'equip en dos. Vam dissenyar el joc pensant en les proves i des del principi volíem que fos un joc molt col·laboratiu, amb proves en què necessàriament hi hagués dues o tres persones treballant a la vegada. Així, que mentre una persona feia una cosa, una altra n'hauria d'estar fent una altra. Llavors se'ns va acudir tenir una mena d'objecte principal, de manera que la missió no fos senzillament sortir sinó trobar un material i després sortir. Per tant, que hi hagués una missió clara i senzilla, que la poguéssim explicar abans d'iniciar el joc per tal que els usuaris entenguessin bé què havien de fer. Però fins i tot així a vegades alguns

grups surten i no porten el material. I quan els ho dius et responen: "Quin material?" Sovint estan tan centrats a resoldre les proves i els enigmes que s'obliden de la història.

D'altra banda, ens va costar molt trobar l'espai. On som ara inicialment era un espai diàfan i això ens va proporcionar molta flexibilitat. En el moment d'obrir no hi havia llicències específiques i era molt complicat explicar a l'Ajuntament quina era la nostra activitat, que tancàvem gent en llocs. Ara sí que n'hi ha una.

Romain (Mystery Escape): Para mí lo primero fue la especificidad del *Escape Room*. Una vez elegimos el juego de Mystery Escape Francia, que denominamos aquí "El misterio de la mansión", lo más importante fue encontrar un buen local en Barcelona que nos permitiera hacer lo que queríamos. Encontramos un espacio muy bien situado en la Avenida Diagonal, al lado del distrito tecnológico de 22@ y con una presencia alta de número de empresas. Era además suficientemente espacioso para poder montar cuatro salas clonadas con el mismo juego. Esto es importante para las empresas, que vienen aquí atraídas por la posibilidad de hacer actividades de *team building*. Al tener cuatro salas exactas, podemos acoger a grupos grandes, hasta 20 personas por sesión y hasta a 40 en dos sesiones seguidas. Hemos llegado a hacer hasta tres sesiones seguidas con empresas como Microsoft, por ejemplo.

Miguel Ángel i Susana (Escape Barcelona): Primero de todo nos preguntamos qué tipo de experiencia nos gustaría vivir, y luego tratamos de hacerla realidad lo mejor posible. Lo primero que hicimos, *La maldición del faraón*, vino de nuestro interés en la temática. Nos encanta viajar y las civilizaciones antiguas, nos fascinan las grandes pirámides y es lo que decidimos hacer primero. Algo que no fuera tan fácil de vivir como experiencia. También nos gustan las películas, sobre todo de ciencia ficción y aventuras, y nos motivaba poder conseguir de alguna manera "vivir una película". Para nosotros lo más importante es la temática y de ahí surge la ambientación, que para nosotros es fundamental. El tema es lo que más valoramos a la hora de jugar. Una vez elegido el tema, todo se hace mucho más fácil porque te quedas con muchas menos opciones. Escojas el tema que escojas, tu *Escape Room* tiene que estar muy tematizado. Una vez tienes claro el tema y la ambientación, para nosotros lo que viene a continuación es la historia.

David (Horrorbox): Per a nosaltres, la por en si mateixa no és la clau de l'èxit: el punt de partida era la nostra experiència prèvia generant experiències immersives i, per descomptat, a més, el terror. I amb molta atenció al que es fa fora (per exemple, als Estats Units) i així millorar, no només copiar el que fan el que es fa aquí, tot i que el nivell actual a Barcelona és realment molt alt.

En un primer moment vam trobar un local a Gràcia, però no ens acabava de funcionar i al final en vam trobar un altre a la dreta de l'eixample de Barcelona, un local que havia estat un pàrquing i era ideal per a nosaltres. Tenia di-

verses entrades, era molt clar, fàcil de tapiar i d'insonoritzar. Va ser un encert, tenim molta estima al local. No hi ha cartell a la porta, la qual cosa va ser fruit d'una petita casualitat: el dia de l'obertura el cartell no va arribar i no el vam penjar, ja generava tensió. Tot i que com que érem dels primers, molta gent no entenia què era, hi havia gent que es pensava que era un prostíbul o un club d'intercanvi de parelles. Però la gent del barri i els veïns saben perfectament què és. Per a nosaltres el primer és ajustar les proves a la por que volem generar.

Sergi i Emma (Últim Avís): Un cop vam trobar el local vam començar a pensar en el tema i la història. Volíem alguna cosa realista, no "pisos". Que fos molt lògic, no només el joc per al joc. L'ambientació havia de ser molt important: que permetés entendre ràpidament on ets. Llavors va sortir la idea de l'aeroport. Volíem crear un fil conductor a partir d'una agència de viatges, que fins i tot pogués servir per a altres experiències. Som quatre socis amb perfils molt diferents però complementaris: informàtic, relacions públiques, fuster i un *manetes*. Ho volíem fer tot nosaltres; només vam contractar la instal·lació del pladur i va ser a un familiar. En total, el procés durar nou mesos: el primer que vam fer va ser una pluja d'idees, buscant un factor diferencial. Per a nosaltres era important també incidir en el que està passant al món, que el tema final de la història tingués una ressonància social. Ens interessava també la sorpresa temàtica. Viatgen a un lloc, però no saben a on. Tot i que el fil conductor és la cabina d'un avió no és probablement l'espai principal, però sí el nostre "ganxo", un punt d'atractiu, tot i que en el marc de l'experiència és realment un espai de transició.

Com dèiem abans, el més important és que fos lògic, coherent. Primer de tot vam pensar en la narració, en com començar. A continuació vam pensar en les sales o ambients que necessitàvem i després les proves per a cada ambient. Algunes proves sorgien sobre la marxa. Al llarg del procés la història va canviar molt.

1.2.3. Interacció i equilibri entre els elements bàsics dels *Escape Rooms* al llarg del procés de disseny de l'experiència: la història, les proves, l'ambientació, la immersió, els reptes, les missions

Un cop aclarit el punt d'entrada en el procés de disseny, aprofundim més en la manera com els diferents elements que conformen el procés de disseny de l'experiència.

Agustí (Enigmik): Trobar l'equilibri és complicat. Alguns companys han tingut problemes per voler crear històries molt treballades amb girs a la trama força sofisticats. Al final, has de tenir present que tens la gent tancada una hora fent moltes coses i a vegades la història per a ells és secundària i segons com pot arribar a embolicar més que una altra cosa. En el nostre cas vam optar

per fer-ho senzill però de manera que tot tingués un sentit. Vam veure que no calia explicar tots els detalls: simplement la gent es troba a l'entrada del búnquer amb una situació, se la creuen i no hi pensen gaire més. Hi ha un àudio que t'explica que ets un agent especial i a partir d'aquí tot comença.

Així, d'una banda, teníem una història i, de l'altra, les proves i després les connexions entre les proves. A continuació havíem de buscar el grau de dificultat adequat, de manera que mantinguéssim un equilibri entre el repte i la frustració. Per aconseguir arribar a aquest punt vam haver de fer moltes proves prèvies. I també havíem de tenir molt en compte l'ambientació, els objectes que utilitzaríem com a atrezzo i la il·luminació.

Romain (Mystery Escape): Nosotros partimos con la ventaja de haber adquirido ya un juego previamente diseñado y desarrollado por ingenieros y psicólogos. Por mi experiencia, creo que la historia y la puesta en escena de la historia y del juego son capitales. Obviamente después, la estructura del juego, su mecánica, la ambientación y sobre todo la calidad y originalidad de los enigmas son también clave.

Hay que intentar descubrir y poner a disposición de los jugadores alternativas a algunos elementos muy vistos, como por ejemplo los candados. En cuanto a la relación entre historia y pruebas, la historia es lo que nosotros contamos en la introducción para situar a los jugadores: tenemos un vídeo en el que explicamos el objetivo, las reglas básicas del juego y la historia. Pero una vez que el grupo entra en la fase del juego lo fundamental será que la ambientación pegue con la historia y que los enigmas sean originales y sofisticados.

Miguel Ángel i Susana (Escape Barcelona): Una vez decidido el tema y la ambientación, lo que viene para nosotros a continuación tiene que ser la historia antes de las pruebas. Nos obsesiona que todo tenga lógica, que entiendas como jugador por qué tienes que entrar en un sitio, por dónde tienes que salir, qué es lo que tienes que conseguir. En relación al tema, te puedes encontrar con que te aparezca un experto en el tema, por ejemplo un egiptólogo, y no puedes quedar en ridículo. Todo debe tener un motivo.

Para nosotros la historia es muy importante, pero también es verdad que luego la gente quizá no la valora tanto o no se da cuenta de los detalles. Pero a nosotros nos ayuda mucho en el momento de crear las pruebas. Nosotros hemos jugado a muchos juegos por todo el mundo y es verdad que si la historia está muy currada y es muy complicada, es difícil que mientras estás jugando te llegues a enterar del todo. Y aunque sea muy simple probablemente tampoco, porque estás totalmente inmerso en la experiencia, no lo vives de la misma manera que mirándolo desde fuera. Después es cuando probablemente te pararás a pensar.

Para nosotros es importante que los juegos no saquen al jugador de la historia, que tengan un sentido porque aunque no seas del todo consciente estás siguiendo la historia. Por ejemplo: si tú fueras a un parque de dinosaurios, ¿qué es lo que tendrías que hacer? ¿Qué pasaría y por qué tendrías que hacerlo? Que pongamos al jugador a ordenar sillas no tendría sentido: otra cosa es que tengas que desbloquear una puerta con un código de seguridad, porque las puertas se han cerrado a causa de una alerta. Esto sí encaja en la lógica de la historia.

David (HorrorBox): Per a mi és claríssim que les pistes han d'estar integrades en el joc; en cap cas et poden "treure" d'aquí. Fins i tot els sistemes de comptar el temps, per exemple, també hi han d'estar integrats. Ha de ser tot real, creïble... Arribar fins i tot a fer dubtar el participant de si el que està fent és realment un joc o alguna cosa més... En certa manera és com crear una ficció dins la realitat de manera que arribi un moment en què costi distingir-les, que creguis realment que allò és en certa manera "real"... Si tot té lògica, sortir o no sortir acaba sent irrellevant, perquè fins i tot si no surts, també *mola*. En relació amb aquesta sensació d'immersió, nosaltres fem un seguiment molt estret del grup amb més d'una persona i obrim immediatament si ho demanen, però no hi ha un "botó del pànic" perquè això et trauria de la immersió i la sensació d'estrès seria llavors menor.

Nosaltres tenim actualment tres sales. La primera que vam obrir és *Jigsaw*, inspirada en la sèrie de pel·lícules de terror *Saw*. Aquí tothom coneix el referent, així que qui ve a fer-ho entén la història i l'ambient molt ràpidament. Acaba sent com una obra de teatre, generes moltes emocions, crees *subidón* i la sensació d'alegria al final és molt maca. La nostra segona experiència és *Ouija*. Aquí ens vam basar en una història real que de fet va tenir lloc a la finca on tenim el local a finals dels anys 50 i la vam conèixer en una reunió de veïns. Aquí era molt important per a nosaltres el tema de l'ambientació, que és detalladíssima, congruent amb l'època. Fins i tot la *Ouija* es fa seguint el procediment que es faria de debò. Per a reforçar la sensació d'immersió i la congruència, nosaltres també n'hem dissenyat les músiques i els efectes sonors. En aquest cas la gent es deixa portar per la història perquè connecta ràpidament amb referents de la cultura popular i el cinema, com *Expediente Warren*... Per a construir la història hem treballat amb guionistes professionals. És molt important que no hi hagi gaire palla; a vegades menys és més.

Ara hem obert una experiència més extrema i molt innovadora, *Catalèpsia*, l'*Escape Room* més petit del món, només per a dues persones. És el teu fèretre, experimentar el teu propi enterrament, i va adreçat a parelles... Volem explorar un tema tabú i treballar la complicitat, ja que per superar l'experiència es necessiten l'un a l'altre.

Sergi i Emma (Últim Avís): La història per a nosaltres és molt important, és on creiem que els podem impactar més. Però és veritat que normalment reaccionen davant la història quan ho preguntes al final. És important que les

proves i els objectes estiguin ben integrats a la història, que el joc no sigui sobre cadenats, sinó sobre com aconseguir els números que necessites en un moment determinat. L'objectiu no està tan definit perquè així podem explotar més el factor sorpresa. Això ens permet trencar una mica les expectatives, que per a nosaltres és important. Per exemple, el primer que reben els jugadors és una targeta d'embarcament, que els immergeix de ple en el joc, tot i que en un moment determinat hi haurà un canvi radical d'ambient i un gir en la història.

1.2.4. Disseny recursiu: verificació i modificacions del joc

En la secció anterior ja hi apareix la fase de verificació com un dels moments fonamentals i culminants en el procés de disseny. Aquí aprofundim una mica en aquest procés i també en si el joc evoluciona posteriorment a partir de l'experiència i la retroacció dels jugadors.

Agustí (Enigmik): La fase de verificació va ser fonamental per a nosaltres. Al principi vèiem que els grups trigaven dues a resoldre l'Escape Room. Quan hi has pensat durant tant de temps tot ho veus fàcil, penses que tothom ho veurà: després passen 15 grups de prova i ningú ha vist allò que tu creies que era tan senzill. Aleshores comences a pensar que potser necessites posar marques perquè sigui més fàcil de veure. A vegades modificant coses simples del joc l'experiència canvia molt: potser canviant simplement una peça de lloc, de cop i volta tot resulta molt més senzill. Nosaltres vam fer moltes proves, més de 30. Era el primer joc que dissenyàvem i tampoc teníem gaire experiència. Ara, amb anys de recorregut, hem adquirit experiència però de cara al futur sabem que haurem de fer moltíssimes proves prèvies.

El joc també ha canviat molt posteriorment a partir de la valoració dels jugadors, el *feedback* de la gent i també l'observació del mercat. Si no haguessin millorat res si des del primer dia, no ens hauria anat bé. Ens preguntem sempre què és el que vol la gent; si observem que la gent vol més immersió, més electrònica, una ambientació més real, o més efectes, com fum, pensem com podem millorar aquests aspectes. En aquest sentit, el nostre joc ha evolucionat molt des que vam començar. Un altre element on hem hagut d'aprendre molt és amb el tema dels objectes i dels materials; per exemple, evitant que es desgastin o que es trenquin fàcilment durant el transcurs del joc.

Romain (Mystery Escape): Compramos el juego finalizado sin necesidad de realizar muchos *beta tests* ya que había funcionado con éxito en otras capitales de Europa.

Hoy en día, el juego sigue siendo el mismo y funciona muy bien. Obviamente, tenemos la idea de proponer otro juego y lo tenemos ya planificado; actualmente Mystery Escape Francia propone un catálogo completo de juegos muy atractivos.

Miguel Ángel y Susana (Escape Barcelona): Para nosotros está muy claro que la única manera de poder equilibrar bien la relación entre el esfuerzo y la frustración es haciendo muchas pruebas previas. Los primeros tests suelen ser desastrosos, en el sentido que la gente puede llegar a tardar dos horas en salir. Habitualmente la gente cree que testear un nuevo juego es divertido pero no lo es porque hay todavía muchas cosas que ajustar. Nosotros probamos primero con familiares y amigos, luego gente de confianza y seguimos probando hasta que todo quede cuadrado en el tiempo que queremos. Es un proceso similar al de los videojuegos. No probamos con expertos o compañeros de profesión porque no resulta significativo. También hay que tener en cuenta que en algunos perfiles, como de personas mayores que nunca han jugado, aunque tarden más de una hora esto no significa que el juego esté mal calibrado.

Nosotros hemos ido modificando un poco los juegos a lo largo del tiempo pero básicamente siguen siendo los mismos. Ahora mejoraremos *La Maldición del Faraón*, porque ya tiene tres años, pero no porque el juego no tenga lógica. Si tienes una prueba que has estado testeando durante dos o tres semanas y por la que han pasado 40 equipos es improbable que la tengas que cambiar. Sí que es verdad que los equipos han evolucionado, ya que no es lo mismo cómo jugaba la gente en 2015 que ahora, tiene más experiencia y necesita menos pistas; en esto sí que se nota un cambio.

David (Horrorbox): El sector dels *Escape Rooms* s'ha expandit i ha canviat molt en pocs anys. Ara s'ha convertit en un atractiu turístic. Com a creador i jugador, penso contínuament com superar-ho i millorar-ho. Considero Horrorbox un procés de vida, ens veig com una empresa creadora d'experiències...

Crec que hem estat bastant bons calibrant els jocs. El percentatge d'èxit a *Ouija* ha anat pujant perquè la gent ja està cada cop més ben entrenada. Quant a *Jigsaw*, n'hem renovat els mecanismes, abans hi havia molts cadenats, però vam decidir incorporar-hi més elements tecnològics i poder fer-ho així més espectacular, tot i que seguïem tenint un molt bon nivell de reserves. Ens obsessiona que no envelleixi, que sempre llueixi com de darrera generació.

Sergi i Emma (Últim Avís): En el nostre joc, tot s'ha fet de forma molt artesanal i es nota molt l'amor que hi ha en el projecte. Un dels principals problemes en el procés d'implementació dels espais era l'electrònica. Quant als tests previs, vam utilitzar bàsicament amics per a tenir una referència de jugadors "tipus" fora d'extremes, ni massa experts ni massa neòfits. Sempre havíem sabut que el joc no seria per a principiants; aquest punt era un dels nostres eixos a l'hora de calibrar la dificultat. També ens vam fixar molt en altres jocs que consideràvem de referència, com per exemple *Cronològic*. Un dels elements que

també hem anat canviant al llarg del temps és el rol del *game master* i el tipus de seguiment que fa dels jugadors. Un altre element que almenys a nosaltres ens ha estat important en el procés de millora del joc és el paper dels bloguers, que han actuat en molts casos com a influenciadors a l'hora de dirigir al públic a un o altre *Escape Room*. Potser ara no tenen tanta importància però durant els primers anys van ser uns dels principals creadors d'opinió sobre els *Escape Rooms* i calia tenir-los també en compte.

1.2.5. La trajectòria dels jugadors: introducció, seguiment, pistes, la sortida, el factor sorpresa

Agustí (Enigmik): En relació amb les pistes que donem als jugadors, primer pensem on creiem que és més fàcil que falli la gent. Amb els tests en surten d'altres. A còpia d'experiència hem pogut tenir una mesura més acurada del progrés al llarg del temps, quan s'està a la meitat del joc, per exemple. D'acord amb això preparem una sèrie de missatges preenregistrats amb les errades més habituals, a banda d'altres que podem anar improvisant. Si et dono una pista perquè veig que et vas endarrerint i tampoc te'n surts, te'n donaré una altra de més clara. Si veig que has fet bé una cosa però una altra no, te n'enviaré una que et porti cap a on volem. Si tot va com ho tenim dissenyat, tothom hauria de sortir per entendre'ns, al minut 59. Evidentment hi ha tot tipus de grups, això ho veiem relativament ràpidament un cop comencen el joc, fem molt de cas a les càmeres de la sala de control. Per exemple, vam ser els primers a donar en algunes ocasions "temps extra"; certament ha de ser un repte però volem que tothom s'ho passi bé i si veiem que hi ha un moment del joc en què estàs quasi a punt de sortir, doncs aquests 5 minuts et permeten poder acabar ajudant a donar *vidilla* al joc. El tema de les pistes és realment delicat perquè no et pots precipitar; a vegades rebem grups que ens demanen explícitament que no els donem pistes. Les pistes han de ser una petita ajuda que et pot desencallar, i d'aquesta manera et permet gaudir d'altres enigmes. Un tema també molt important és el retrobament amb el grup: per a nosaltres és molt important aquest temps al final per a valorar l'experiència; per exemple, si no ho han aconseguit entrem tots i acabem el joc amb ells: normalment ja els queda molt poc i això els permet sortir amb una sensació de clausura, se senten més acompanyats.

Ens interessa molt que els jugadors entenguin que tot té una lògica i a vegades aprofitem també per a corregir alguna impressió incorrecta sobre una prova o el joc en conjunt, ja que no tothom ho ha experimentat igual.

Romain (Mystery Escape): Somos, creo, los únicos en proponer una barra de progreso, que permite equilibrar la relación entre reto y tiempo. Creemos que la barra de progreso ayuda a gestionar mejor el tiempo ya que los jugadores pueden ver mejor cómo van y ver los enigmas que ya han resuelto; da más confianza. Después tenemos lo que nosotros denominamos "Los ángeles de la guarda", que observan a los jugadores desde la sala de control, a través de cámaras. Van dando pistas, lo que permite modular la dificultad del juego

en función de la progresión del grupo, como por ejemplo cuando nos piden también que no les demos pistas o para evitar casos en los que todos los grupos de una empresa se queden sin salir. Creemos mucho en establecer una empatía con cada grupo; no se pueden sentir abandonados. Intentamos enviarles pistas de forma adaptada, en el momento justo, y esto nos lo agradecen mucho. Esto tiene un coste porque nos obliga a tener un *game master* para cada sala, pero vale la pena para poder dar mayor calidad de servicio. Somos partidarios de dar cuantas menos pistas mejor. Creo que la gente lo agradece. Por otro lado, yo creo que las pistas tienen que ser claras, pero sin dar la respuesta al enigma, que les haga pensar. Tiene que indicar el camino, pero no resultado. Hay que guiarlos de manera que al final sean ellos quienes resuelvan el problema..

Después está el tema de la finalización del juego. Después de una sesión de juego siempre habrá grupos que salen y otros que no. Obviamente, los que salen están muy contentos. Entonces lo que hacemos con ellos es compartir la experiencia, respondemos a sus preguntas y eso se hace de una manera muy informal. Creo que los grupos lo aprecian muchísimo. Con los que no salen, entramos con ellos en la sala y les explicamos los enigmas que no han sabido resolver, eso les permite salir con una imagen completa del juego.

Y sobre el factor sorpresa, creo que la mejor manera es combinar momentos de calma con momentos de clímax. En las distintas fases del juego tiene que haber momentos de sorpresa: en nuestro juego tenemos algún momento de este tipo, aunque es igualmente importante no abusar de ello; no podemos olvidar que al fin y al cabo tienen solo 60 minutos. Pero sí nos gusta buscar un momento en el que utilizamos algunos efectos basados en tecnología para sorprender.

Miguel Ángel i Susana (Escape Barcelona): Lo primero que hacemos cuando llega un grupo es asegurarnos que la reserva está bien hecha, porque muchas veces te encuentras gente que se intenta colar o no tiene muy claro cuando le toca [riures] y luego, si todo está correcto, lo que hacemos es una introducción del juego, algo parecido a lo que hacen otros compañeros.

Efectivamente, nosotros siempre acompañamos a los grupos cuando salen, sobre todo si no han podido terminar. En este caso volvemos a la sala y hacemos hincapié en sus puntos fuertes, reforzando los aspectos positivos, aunque por supuesto señalamos donde se han estancado, qué no han hecho bien o cuando han ido demasiado lentos. Y a los que terminan, pues les recibimos, les felicitamos y comentamos con ellos el juego y atendemos dudas, porque siempre hay cosas que alguien no haya visto. También aprovechamos para reforzar algunos elementos de la historia, detalles, guiños a una determinada película, o por ejemplo en el caso de Egipto, comentamos alguna cuestión más histórica.

El factor sorpresa es sin duda importante: jugar con las expectativas. Por ejemplo, cuando abrimos *La Maldición del Faraón*, empezábamos en un despacho, porque nos pareció que sería demasiado raro entrar directamente en una pirá-

mide. Queríamos que fuera más real y en cierta manera hacerlo en un despacho también era un guiño para sorprender a los jugadores porque en ese momento todo eran despachos. Nosotros no somos de crear muchas subidas y bajadas; preferimos ir subiendo la intensidad, aunque vayamos incorporando algún elemento sorpresa a lo largo del juego.

David (Horrorbox): Nosaltres tenim força personal, som uns 17 en total. Alguns són actors, i altres se centren a fer un seguiment molt proper del grup. Quan el joc s'acaba, el *game master* surt i rep el grup. Com heu dit abans, l'objectiu principal és explicar qualsevol cosa que no s'hagi entès, atendre dubtes, donar-te una sensació de completar l'experiència. Per exemple, a *Jigsaw* hi surt un percentatge força baix de grups, al voltant d'un 20%. Som conscients que és un joc difícil, però alhora és també una experiència molt recomanable perquè està molt ben feta, i també perquè ens dediquem molt a cada grup des del moment en què pica el timbre per entrar a l'espai fins que en surt.

Sergi i Emma (Últim Avis): Per a nosaltres l'atenció als grups és essencial. En conjunt, tot i que el joc en si duri una hora, el conjunt de l'experiència pot arribar a durar fins a una hora i tres quarts, comptant-hi l'entrada, la presentació i la sortida. Monitorem molt els jugadors i volem que marxin sempre satisfets, surtin del joc o no.

A Últim Avis, els diem que són ells qui ens han de demanar les pistes i que tot el grup hi ha d'estar d'acord. Això estimula la interacció entre el *game master* i el grup, que se senten més acompanyats. De totes maneres, hi ha algunes pistes que sí que les donem igualment. És important tenir en compte que les pistes mai han de ser solucions. En el nostre cas tendeixen a ser imatges i només en casos extrems ens comuniquem verbalment amb el grup.

1.2.6. Preguntes obertes

Com són els grups? Famílies, amics, empresa...

Miguel Ángel i Susana (Escape Barcelona): Sí es verdad que existen diferencias entre grupos formados por compañeros de trabajo, amigos o familia, al menos hasta cierto punto. Lo que hemos observado es que cuando vienen familias, seguramente por un tema de confianza, tiende a haber más jaleo... es peor [riures]... También es verdad que a menudo observas que en las empresas no trabajan bien en equipo, lo que parece algo sorprendente, porque vienen para eso, pero sí observas más unión entre el grupo. Pero no siempre funciona el trabajo en equipo; a menudo surge alguien que quiere ser más el líder, son más competitivos. Y no siempre es el jefe, a menudo los roles cambian.

Romain (Mystery Escape): A las empresas les gusta mucho el juego y nuestros servicios porque saben que está muy orientado al *team building* y porque pueden observar las cualidades de sus trabajadores, como la observación, la comunicación o el liderazgo. Tenemos una sala de observación, donde responsa-

bles de formación, directivos de recursos humanos o un *coach* pueden seguir a los equipos y a partir de ahí diseñar acciones formativas. Tenemos un público muy segmentado: aunque tengamos una orientación muy clara a empresas, también recibimos un número muy importante de visitas de familias, grupos de amigos, eventos de despedida de solteros, etc.

Sergi i Emma (Últim Avís): Certament es veuen de seguida els rols en funció del tipus de grup. Però t'emportes sorpreses perquè no sempre les coses funcionen com un pot pensar en primera instància, com dieu. Per exemple, et pots trobar un cap que no sàpiga exercir com a líder en el cas d'empreses o que siguin els nens qui assumeixin el rol de lideratge en el cas de famílies. La majoria dels grups ho viuen com una experiència vital. Sempre diem que en un *Escape Room* surts directament de l'experiència de joc cap al bar per a poder-la comentar i compartir.

La col·laboració dins el sector

Agustí (Enigmik): Amb molts dels que vam començar hem establert llaços de col·laboració i fins i tot d'amistat. No ens veiem com a competència ja que el que volem és que un cop un grup hagi passat per la nostra experiència tingui ganes de fer-ne d'altres. Compartim coneixement amb altres *Escape Rooms* sobre el que funciona i el que no, sobretot en l'etapa de disseny del joc. No ens preocupa explicar el que fem perquè tenim confiança. A vegades el que sí que ens agrada és sorprendre'ns; per exemple, convidant col·legues d'altres *Escape Rooms* a fer l'últim test.

Internacionalment, a Amsterdam ja hi ha hagut diverses edicions d'una trobada de professionals del negoci; allà els ponents explicaven 100% el seu lloc hi havia seccions sobre tecnologia, decoració, *storytelling*, tendències, temes relacionats amb l'educació, etc. No tenien cap problema; potser sí que el mercat espanyol és en aquest sentit més tancat però al final no té gaire sentit perquè tots jugarem als jocs de tots. Un dels temes de què parlem més és sobre tecnologia, saber quines són les millors solucions, els possibles problemes... Això ho vam fer fa poc, per exemple, en relació amb les màquines de fum.

Romain (Mystery Escape): El tema de la col·laboració es muy importante. Por ejemplo, nosotros tenemos un solo juego; quien venga a jugar vendrá, jugará y ya no va a volver. Por este motivo, no me considero un competidor de otro *Escape Room*. Al revés, creo que es importante que nos promocionemos mutuamente. Tenemos un grupo de whatsapp en el que estamos muchos de nosotros. Allí se intercambian ideas, dudas e incluso clientes. Si por ejemplo uno tiene una sesión libre podemos informarlo ahí.

David (Horrorbox): Tenim molt bona relació entre nosaltres, sobretot aquells que sentim que el que fem no és només un negoci, sinó que és la vida, que ens ho estimem. Tot i que cada vegada és més habitual que cadascú de nosaltres obri noves sales, amb la qual cosa tens més opcions per a "retenir" els clients.

Ens ajudem i recomanem mútuament, hem creat un cercle d'amistat i suport mutu. Per exemple, en temes de tecnologia; jo també, pel meu *background* teatral, he posat la veu en off de molts *Escape Rooms*. Això sí, si algú ve a demanar-me algun tipus d'assessorament professional que s'assembli més a una consultoria, això ja és una altra cosa. No podem oblidar que molt del que fem és totalment artesanal, sovint molt difícil de replicar i fet sobretot amb amor.

Tendències de futur

Agustí (Enigmik): Tot s'està professionalitzant molt i probablement per a futurs projectes haurem de buscar col·laboracions en temes de més complexitat com l'electrònica, sistemes hidràulics, falsos sostres, escenografia. Això sí, no volem perdre la nostra dimensió artesanal, que ens dona un valor afegit.

Romain (Mystery Escape): En primer lugar, sobrevivirán las empresas que tengan un buen modelo económico y empresas que sepan ser innovadores tanto a nivel de la oferta de juegos, así como la capacidad de ofrecer una experiencia cliente óptima. Hay muchas formas de renovarse; por ejemplo, ofreciendo nuevos servicios a las empresas o diseñando juegos exportables. Eso sí, siempre hay que mimar los tres elementos básicos de los que hemos hablado: la ambientación, la historia y los enigmas, y tener un sistema de pistas sofisticado. Usar las nuevas tecnologías también me parece importante como por ejemplo la realidad virtual. Este tipo de tecnología te permite crear un espacio adicional al espacio físico.

Miguel Ángel i Susana (Escape Barcelona): Resulta muy difícil ver hacia dónde va a evolucionar esto, más en un momento de gran expansión, donde cada vez es más difícil tener una idea de cuantos *Escape Rooms* hay. Lo que parece claro es que cada vez la inversión tendrá que ser mayor porque la gente ya ha adquirido experiencia y cada vez quieres más, el público se ha vuelto más y más exigente. Creo que la tendencia será que las empresas tengan más de un juego y con más espectacularización. Los que quieren sumarse al carro abriendo juegos que ya nacen "viejos" no tienen nada que hacer.

Hay que tener en cuenta que prácticamente todo lo hacemos nosotros, no contamos con la empresa que nos lo haga, y es que difícilmente una empresa va a hacer lo que nosotros hemos hecho. A veces hemos pedido presupuestos para algunas cosas y realmente resulta muy difícil encontrar a alguien que haga lo que haríamos nosotros exactamente. Toda la electrónica y los sistemas informáticos los he hecho yo [Miguel Ángel]; yo tengo una empresa de programación de videojuegos y soy programador. Sí puedes pedir a alguien que te haga algo en concreto, como dicen los compañeros, buscando alguna colaboración puntual en temas donde nos podamos quedar cortos, pero es realmente muy complicado.

Sergi i Emma (Últim Avis): Una tendència que veiem molt clara, a banda del que hem anat dient, és la teatralització, així com la incorporació d'elements tecnològics que permetin mantenir l'efecte sorpresa i que permeti innovar evitant de pas recursos ja molt vistos amb un públic cada cop més expert i exigent. Això sí, com s'ha repetit molt, aquest amor per la feina, les ganes de millorar i innovar i aquest sentiment artesanal són molt importants.

Adaptar un joc a un encàrrec extern: el cas de l'adaptació d'El misterio de la mansión' a la serie de TV3 'Nit i dia' ('Noche y día').

Romain (Mystery Escape): Nos contactaron unos directivos de TV3 para estudiar la posibilidad de adaptar nuestro juego a la serie, concretamente a la primera temporada. Nos pareció tanto a TV3 como a Mystery Escape una idea muy innovadora. Lo primero que les dije es que vinieran a jugar y experimentar el juego por sí mismos para poder valorar adecuadamente su interés. Vinieron los directivos con los productores de la serie y les encantó. A continuación, vinieron los guionistas junto con el equipo de atrezzo de la serie para pensar en cómo adaptar la ambientación y los elementos de atrezzo. Otras cosas que les atrajeron de la colaboración fue la ubicación de nuestro espacio, nuestra experiencia en la gestión de un *Escape Room*, nuestro equipo, así como el hecho de tener cuatro salas, lo que hacía más sencilla para ellos la tarea de difusión a través de spots TV anunciando el evento. Además, teníamos algunos elementos promocionales para promover la colaboración como un *photocall* TV3 / Nit i Dia / Mystery Escape así como vinilos de la serie en nuestra fachada.

Bibliografia

Andersen, Michael (2017). *Giving Escape Room Stories Room to Breathe through Theater*. ARG-Net, https://www.argn.com/2017/11/giving_the_escape_room_stories_room_to_breathe/ [Consultat el 23 de novembre de 2017]

Bailey, Elliott (2017). *Blueprint For Crafting Your First Escape Room*. Lock Paper Scissors <https://lockpaperscissors.co/craft-1st-escape-room> [Consultat el 8 de novembre de 2017]

Cain, Jim; Clare, Adam (2015). *Escape Rooms. Team Work and Team Play*. <http://www.teamworkandteamplay.com/resources/resource-escaperooms.pdf> [Consultat el 29 d'octubre de 2017]

Heikkinen, Outi; Shumeyko, Julia (2016). *Designing an escape room with the Experience Pyramid model*. Bachelor's Thesis. Haaga Helia, University of Applied Sciences. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/112798/Thesis-Heikkinen-Shumeyko.pdf?sequence=1> [Consultat el 29 d'octubre de 2017]

Looking at learning (2017). *Looking at learning. Eduesc@pe Room: manual para educadores*. <http://lookingatlearning.eu/L@L/IO2.a.ManualEduesc@peroom%20-%20Spanish.pdf> [Consultat el 29 d'octubre de 2017]

Looking at learning (2017). *Looking at learning. Eduesc@ape Room: tutorial*. <http://lookingatlearning.eu/L@L/IO2.b.Tutorial%20-%20Spanish.pdf> [Consultat el 29 d'octubre de 2017]

Melendez, Steven (2015). *How To Design An Escape Room*. Fast Company, 25/11/2015. <https://www.fastcompany.com/3053917/how-to-design-an-escape-room> [Consultat el 8 de novembre de 2017]

Nicholson, Scott (2015). *Peeking behind the locked door: A survey of escape room facilities*. <http://scottnicholson.com/pubs/erfacwhite.pdf> [Consultat el 29 d'octubre de 2017]

