

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

FACULTAD DE COMUNICACION

GRADO EN COMUNICACION AUDIOVISUAL



TRABAJO FINAL DE GRADO

Autor/a:

David Peralta Moya

Tutor/a:

Juan José Vargas Iglesias

SEVILLA, 2017



RESUMEN

HYPE es un proyecto en diseño de videojuegos que nace tras varios años manejando ideas, conceptos y estilos. En ningún momento el objetivo de este proyecto ha sido llevar el juego desde su fase conceptual hasta un prototipo desarrollado, pero sí ha habido un especial interés por materializar de algún modo todas las ideas contenidas en él.

Si bien el juego sigue estando en una fase temprana de diseño, con mucho margen de mejora y evolución, HYPE ha conseguido tomar cuerpo y una identidad visual propia gracias, en su mayor parte, a la participación del proyecto en el concurso abierto de PlayStation Talent Games Camp durante su última edición. Para esas fechas, HYPE ya contaba con un tráiler en el que se anticipaba el tono de su historia, su identidad visual y parte de su jugabilidad.

Llegados a este punto, y cubriendo con creces el alcance y la calidad con la que podría contar el proyecto, se tomó la decisión de no avanzar más en él, al menos no en solitario y con la ambición y metas iniciales. En su lugar, y como proyecto personal, el universo creado para HYPE sigue creciendo y transformándose en otros formatos, como el de la novela gráfica, un proceso de transmutación cada vez más común en el mundo audiovisual.

Esta memoria recoge la evolución por la que ha pasado el proyecto, así como un análisis de la industria del videojuego desde diferentes perspectivas y un pequeño informe sobre el estado actual de HYPE y su proyección de futuro.

Palabras clave:

Videjuego, diseño, ilustración.

ABSTRACT

HYPE is a video game design project that is born after some years working around ideas, concepts and styles. The purpose of this projects has not been at any time to get the game from its conceptual phase to a working prototype, but there has been indeed an interest in giving some form somehow to the ideas that lie within this project.

Even though the game is still in a very early design and development state, with a wide range space for improvements and evolution, HYPE has acquired a solid form and an own visual style thanks to a greater extent to its participation during the open competition that Playstation Talent Games Camp threw during its last edition. To those dates, HYPE already had a trailer in which the tone of the story, its visual identity and part of the gameplay was shown.

To this point, and having greatly covered the goals and the quality we aimed for in this project, the decision of halting the development of the game was taken, at least within the initial goals and aim originally planned and not as a solo team. On its place, and as a personal project, the universe created for HYPE continues growing and transforming in different formats, in a graphic novel, a quite common process of transmutation that it is done more and more often every day in the media universe.

This work memory gathers the evolution the Project has gone through, it also presents an analysis on the game industry from different perspectives and a small report on the actual status of HYPE and its future goals.

Keywords:

Video game, design, illustration.

INDICE

- MOTIVACION ... 6**
- CONTEXTUALIZACION ... 7**
 - LA BARRERA TECNOLOGICA ... 8
 - DEL PRODUCTO COMERCIAL AL LIENZO ... 10
 - LAS NUEVAS JUGABILIDADES Y LA HIBRIDACION DE GÉNEROS ... 11
- DESARROLLO DEL PROYECTO ... 12**
 - QUE ES HYPE ... 12
 - TIPO DE PRODUCCION ... 13
 - ESTILO ... 14
 - JUGABILIDAD ... 15
 - ESPACIO SOCIAL ... 16
 - HERRAMIENTAS ... 17
- EVOLUCION DEL PROYECTO ... 18**
- FUTURO DEL PROYECTO ... 19**
- CONCLUSIONES ... 20**
- BIBLIOGRAFIA ... 21**
- ANEXOS ... 22**

MOTIVACION

Mi interés personal por los videojuegos viene desde que tengo uso de la razón. Veía a mi padre jugar al DOOM en el 93, completé el Tomb Raider II junto con mi hermano en el verano del 98 y poco a poco fui probando todos los clásicos y no tan clásicos que caían en mis manos hasta día de hoy. Con la evolución que ha sufrido la industria de los videojuegos, especialmente en la última década, a día de hoy cualquier persona con empeño y una buena idea es capaz de sacar adelante su propio proyecto.

Esta idea de que cualquiera es capaz de realizar su proyecto es la que me lleva, con mis nulos conocimientos de informática, en un primer momento en esta odisea para diseñar un videojuego.

Como jugador habitual, siempre he creído que alguien totalmente ajeno a la industria del videojuego solo puede conquistar una parte limitada de esta. Para entender a una comunidad creciente y cambiante, es imprescindible formar parte de ella. Casi como un hobby, diseño y presento una aventura gráfica basada en una serie de animación a una asignatura mientras cursaba comunicación audiovisual, y esto despierta en mí una ambición que un par de años más tarde terminaría siendo HYPE.

CONTEXTUALIZACIÓN

Los videojuegos han sido, quizás, el producto audiovisual que más ha evolucionado en las últimas décadas, superando diferentes barreras logísticas, económicas y conceptuales, llegando a facturar más del doble que la industria del cine. Esto ha provocado recientemente cambios en ambos sectores, promoviendo una interacción entre los productos audiovisuales clásicos (como son el cine y la televisión) y los videojuegos. A día de hoy no es raro encontrar grandes producciones de videojuegos con caras conocidas del cine, como Guillermo del Toro, Gustavo Santaolalla, Willem Dafoe o Ellen Page.

La incorporación de profesionales del sector cinematográfico al mundo de los videojuegos ha cambiado por completo la forma de concebir este tipo de entretenimiento; al mismo tiempo que el sector se desdobra entre diferentes opciones para su cada vez más diverso público, crecen los géneros y estilos de juegos con dos variantes claras: las producciones AAA (de gran presupuesto y recursos) y los videojuegos indies (juegos de menor presupuesto que apuntan a la renovación de fórmulas clásicas a nivel jugable, artístico y conceptual).

En este terreno de creación de géneros por parte de los indies y afianzamiento de mecánicas ya vistas por parte de producciones AAA que amenazan con sobresaturar el mercado, existe un amplio abanico de subgéneros y tipos de producciones, como las producciones A (producciones de presupuesto medio, más cercano a las producciones AAA en cuanto a concepto y estilo pero apuntando a un precio de mercado más cercano al de los indies) o los juegos eSports (un género en auge desde hace pocos años, con su foco de atención puesto en el juego competitivo y que a día de hoy es el género que más dinero mueve dentro de los videojuegos).

Pero para entender lo prolífico del sector y el estado de saturación en el que se encuentra el mundo de los videojuegos a día de hoy es preciso hacer hincapié en las barreras que limitaban este producto desde su concepción hasta día de hoy.

LA BARRERA TECNOLÓGICA

Los videojuegos han estado siempre caracterizados por liderar una vanguardia que apuntaba a sobrepasar la barrera tecnológica de cada década. Los hitos en su corta historia de vida, desde aquellos prototipos que jugaban al ajedrez hasta los primeros clásicos de Nintendo, pueden bien medirse por avances técnicos más que por su éxito comercial. Cada avance tecnológico era aplicado de manera automática a las producciones posteriores, pasando de unos primeros gráficos vectoriales al píxel, de la monocromática pantalla del Pong a los 16 colores de la Commodore 64. Estos avances fueron creciendo en cantidad e intensidad conforme pasaban los años, empujados por la búsqueda del realismo y verosimilitud. Consecuente con esta meta, las producciones siempre se mantuvieron como algo costoso, que precisaban de un gran equipo técnico y personal, por lo que solo grandes estudios como Atari, Nintendo o Sega eran capaces de sacar proyectos adelante.

Esta situación se vio prorrogada con la llegada del 3d poligonal, pero al mismo tiempo se creó una primera escisión clara en este sector que no paraba de crecer: mientras muchos estudios se decantaron por explorar este nuevo hito tecnológico y esto provocaba la aparición de diferentes consolas domésticas centradas en este avance, como fueron Playstation o Nintendo 64, otros decidieron continuar perfeccionando los gráficos bidimensionales (más baratos y que no requerían de ninguna tecnología ni personal extra). Así clásicos como Tomb Raider (uno de los primeros éxitos entre los primeros juegos con gráficos poligonales) convivirían con otros títulos como Castlevania: Symphony of the Night (uno de los mejores juegos de la saga Castlevania, que, aunque incluyera detalles en 3d poligonales, se considera un clásico bidimensional). Si bien es cierto que tanto el público como los desarrolladores se verían más atraídos por estos nuevos gráficos, otros tantos “puristas” obviarían en cierta medida estos avances en pos de mantener una estética más clásica.

Esta situación se mantendría durante al menos una década más, en la que el foco principal de la industria se centraría en los avances y mejoras dentro de los gráficos tridimensionales, manteniendo el nivel de producciones y presupuestos cada vez más alto, pero dejando cierto espacio para producciones menos punteras que se centraban en mecánicas de juego originales más que en los gráficos de última tecnología.

El punto y aparte en esta lucha por conseguir los mejores gráficos a través de la tecnología más avanzada lo pondría en 2007 un juego llamado Braid, uno de los primeros indies de la década pasada. Jonathan Blow, creador de este juego de plataformas, formuló Braid con la idea de tergiversar no solo los conceptos jugables que conocíamos hasta la fecha sino la propia concepción de la industria del videojuego, desarrollando un juego en 2d que no buscaba unos gráficos fotorrealistas sino un estilo artístico único, y una jugabilidad que desafiaba todas las mecánicas que se habían asentado décadas atrás. Braid no solo amasó una cantidad inmensa de premios (sobre todo por su diseño y su jugabilidad), también consiguió una base ferviente de fans y abrió la puerta para que otros desarrolladores se animaran a crear juegos que obviaran estos avances tecnológicos y se centraran en los aspectos jugables y creativos de sus producciones. Si bien este hecho no interfirió de manera directa con el resto de producciones que seguían manteniendo el mismo objetivo de progreso tecnológico desde los años 80, comenzó a polarizar a una comunidad que en su mayoría pensaba que más y más nuevo, siempre era mejor.

El éxito de Braid animó a diferentes grupos de pequeños desarrolladores a llevar a cabo sus proyectos obviando una tecnología que se encontraba fuera de su alcance y su bolsillo y centrándose en reescribir fórmulas de jugabilidad y estilo clásicas. Poco a poco, las diferentes plataformas de videojuego fueron acogiendo estos títulos independientes, aportándoles facilidades y relevancia dentro de sus catálogos, así como un apoyo tecnológico importante, creando a su vez otra escisión dentro de este nuevo tipo de producción.

La tecnología ha seguido siendo un motor central dentro del progreso en la historia de los videojuegos hasta día de hoy. Si bien este motor no empuja con la fuerza que hacía antaño, sigue siendo una razón por la que muchos deciden jugar a un videojuego. El éxito de las producciones independientes es indiscutible, no hay más que ver las cifras de títulos como Stardew Valley (un título creado por un único desarrollador a lo largo de 4 años que ha vendido más de 2 millones de copias desde su lanzamiento, superando a títulos triple AAA como Doom, Call of Duty o XCOM 2 (SteamSpy, 2017)), por lo que a día de hoy lo que separa a títulos independientes de producciones millonarias se antoja más a una barrera conceptual que tecnológica.

DEL PRODUCTO COMERCIAL AL LIENZO

Es imposible negar el valor comercial de los videojuegos cuando echamos un vistazo a las cifras colosales que mueven cada año. Poco a poco, la concepción de los mismos ha evolucionado sin cesar, haciéndolo de manera aún más crítica en los últimos años. Muy lejos de su concepción como mero producto de entretenimiento, los videojuegos a día de hoy sirven para plasmar de manera interactiva las ideas de muchos artistas, estilos, sociedades y hasta religiones.

Aunque las limitaciones creativas venían a veces dadas de la mano de unas limitaciones técnicas, no son pocos los ejemplos a lo largo de la historia de los videojuegos donde encontramos obras que sobrepasan lo meramente funcional para convertirse en un vagón que contenía historias únicas e impensables en otros formatos, estilos imposibles y virtualmente tangibles, y un catálogo infinito de nuevas mitologías y leyendas, hasta el punto de trascender la pantalla.

El imaginativo diseño de personajes y la aplicación de los mismos en UmJammer Lammy, el inconfundible estilo de pintura clásica japonesa de Okami o lo ecléctico y sintético de los elementos que componen el mundo Vib-Ribbon son solo un ejemplo de que la dirección artística y la dirección funcional de un videojuego pueden ser a la vez creativas y originales sin resultar en fracaso.

Ciertos desarrolladores han puesto el acento en la creación de universos originales, descuidando en casos la jugabilidad o prescindiendo de ella directamente. El nacimiento del género “walking simulator” (Forbes, 2016, On walking Simulators, Game Journalism and The Culture Wars) es sin duda la muestra fehaciente de este hecho. Hay muchos productos que nos servirían para ejemplificar este género: Dear Esther, Journey, Gone Home o The Stanley Parable entre otros. Todos estos juegos se caracterizan por cuestionar las mecánicas clásicas de los videojuegos, y cada uno desafía de un modo diferente el modo en el que lo hace. Mientras The Stanley Parable es un viaje metafísico y filosófico que cuestiona su propia narrativa y el poder de decisión del propio jugador, Journey es una experiencia relajante y contemplativa cuyas mecánicas se centran en la exploración y la reflexión.

La evolución de este género le ha permitido convertirse en un lienzo para todo tipo de artistas, creando auténticas experiencias visuales que trascienden los límites de

la jugabilidad para convertirse en productos eminentemente expresivos. Casos como *Abzu*, *Scanner Sombre*, *That Dragon*, *Cancer*, *Californium* o *Monument Valley* trascienden en el mundo de los videojuegos por una identidad visual única y no por una jugabilidad innovadora. Tal es la magnitud como obra artística de algunas de las obras mencionadas que algunas han terminado formando parte de colecciones permanentes y temporales de museos como el MoMa en Nueva York y el Tate Modern en Inglaterra (Jack O'Halloran, 2015, *Art and Videogames*)

De cualquier modo, y como cualquier museo, el público que atrae este tipo de productos es relativo a la sensibilidad de sus jugadores o a la repercusión mediática del videojuego. Algunos no pasan de ser meras curiosidades dirigidas a un público muy limitado, sin embargo, otros consiguen atraer a un público considerable. El equilibrio entre éxito comercial y éxito artístico se encuentra normalmente moderando el estilo visual y poniendo las mecánicas jugables por encima. Esto genera que los productos más exitosos no sean siempre los más transgresores respecto a su apartado artístico, salvo excepciones.

LAS NUEVAS JUGABILIDADES Y LA HIBRIDACIÓN DE GÉNEROS

De todos los productos audiovisuales, uno de los factores que hacen único a un videojuego es el hecho de tener un género jugable además de una temática. Estos dos factores atraen y dispersan al público de igual manera, aunque el género jugable empuja con más fuerza dentro de la comunidad de jugadores. El sector de los videojuegos ha demostrado década tras década que no todo está inventado, nuevos géneros surgen cada día y, cómo si de un puzzle de piezas universales se tratara, la unión de los diferentes elementos que conforman un videojuego da lugar a productos totalmente diferentes.

Dentro de un mercado saturado en el que los mismos videojuegos acumulan secuela tras secuela sin aportar ninguna novedad jugable a la mesa, la hibridación ha tomado un puesto privilegiado en el sector. *Rocket League* combina el deporte rey junto con la conducción en un título competitivo que rompe cifras y récords de ventas, *Minecraft* toma prestado los conceptos de los juguetes de construcción como *Lego* añadiendo un elemento de supervivencia y acción y *Unfinished Swan* convierte el género

de acción en primera persona clásica en un juego de aventura en el que tendremos que pintar el mundo como si de un lienzo se tratara para poder verlo.

La flexibilidad dentro del mundo de los videojuegos unido a la accesibilidad que ofrece a día de hoy, ha provocado la inclusión de diferentes artistas y creativos al proceso de producción de videojuegos, esto se traduce en un auge en las producciones, una mayor competitividad y un afán creciente por destacar dentro de un mercado que, por ejemplo, en la plataforma de juegos de Steam, ha multiplicado por 8 sus lanzamientos en solo 3 años, pasando de 565 nuevos juegos en 2013 a 4207 en 2016, más de la mitad del catálogo completo que contiene la plataforma nacida en 2005 (SteamSpy, 2017).

No es de extrañar, atendiendo a las cifras, el auge de videojuegos que se centren en destacar por su estilo visual o narrativa, relegando la lucha tecnológica a compañías centradas casi en exclusiva a producciones AAA. Plataformas como Itch.io o GameJolt han experimentado un incremento sin precedentes en sus peticiones de publicación de videojuegos. Pensadas para facilitar la publicación de videojuegos a pequeños desarrolladores, funcionan como primer salto a plataformas más asentadas como Steam o GoG.com, pero al mismo tiempo han ido formando una comunidad creciente llena de prototipos, proyectos, galerías de arte interactivo y escaparate de jóvenes promesas en el mundo del diseño de videojuegos.

DESARROLLO DEL PROYECTO

Una vez delimitada y especificada la evolución del sector del videojuego a nivel tecnológico y conceptual, resulta más claro explicar la toma de decisiones dentro de este proyecto, que no se basan tanto en una decisión libre ni arbitraria, sino que queda cosificada en cierta medida por las exigencias de la industria y limitada por el tipo de producción practicable.

QUÉ ES HYPE

El mundo de HYPE lleva en conflictos décadas antes de nuestro contacto con el mismo. Las innumerables guerras por el control de las nuevas tecnologías han terminado

en un régimen autoritario comandados por una entidad llamada REY (国王), que suprime el libre pensamiento y elimina a cualquiera que se oponga a él. Una política de control y manipulación de la información mantiene ignorante y contenta a la mayor parte de la población, mientras una minoría considerados terroristas, resisten en uno de los pocos puntos seguros de la galaxia. La protagonista de esta historia, Aurora, comienza una cruzada para desvelar y difundir la verdad sobre REY tras la muerte de su novia, guerrillera de la resistencia. Toda la situación se complica en cuanto unos cazarrecompensas de la zona descubren unos antiguos artefactos alienígenas, muy cotizados por una sociedad sectaria que cree que estos podrían explicar el origen del universo y supondrían un avance agigantado en la carrera tecnológica.

En este mundo fracturado, Aurora se encontrará con diversos personajes que se unirán a su causa por motivos totalmente diferentes: un exsoldado de REY acusado de deslealtad y descartado tras un accidente provocado por el régimen, una Insectoide (una raza alienígena con muchas similitudes físicas con los insectos terrestres) interesada en resolver el conflicto interracial entre especies y una justiciera que busca convertirse en una heroína.

TIPO DE PRODUCCIÓN

HYPE, a pesar de su evolución durante todo el proceso, siempre estuvo pensado como un producto independiente, un primer acercamiento al mundo del diseño de videojuegos, explorando todas las vías posibles y explotando los puntos fuertes para encontrar un hueco propio dentro del mercado. Para esto, el proyecto apostaría por ofrecer 3 elementos únicos dentro del sector: un estilo visual basado en el dibujo tradicional de lápiz, papel y acuarela, una jugabilidad que hibrida el género de rol con el de cartas intercambiables y un acercamiento íntimo a la historia cercano al de la novela gráfica, utilizando la historia como foro de reflexión y visibilización de diferentes colectivos.

ESTILO

El proyecto de HYPE, consciente con sus limitaciones técnicas, comenzó pensado como una aventura de acción futurista, con gráficos pixelados y elementos de plataforma y rol. Este estilo reminiscente a los videojuegos de plataforma de principio de los 90 se mantuvo bastante tiempo durante el proceso. La decisión de cambiar de este estilo al estilo que se presenta en el tráiler, vino provocada principalmente por la dificultad de animar gráficos pixelados y el tiempo que este tipo de animación requiere.

Tras probar con diferentes diseños y realizar diferentes bocetos, se llevó a cabo un rediseño de los personajes. La animación de los mismos es enteramente digital, ahorrando tiempo en el proceso, aunque perdiendo cierto aspecto de elaboración manual en el conjunto.

El estilo más desenfadado de los personajes ayuda a caracterizarlos con mayor fuerza, permitiendo diferenciarlos en un primer vistazo. Si unimos esto al uso de colores pasteles, se crea un contraste aún más acentuado con el tono oscuro de la historia.

La idea de adaptar un estilo clásico como el de la acuarela a un medio moderno como el de la animación y los videojuegos suponía un reto además de una novedad. HYPE no es ni mucho menos el primer videojuego en intentar esto, son muchos los ejemplos de videojuegos que mezclan las artes plásticas analógicas y los gráficos modernos en un medio como el de los videojuegos: Beyond Eyes simulaba el efecto de las acuarelas conforme su mundo se iba descubriendo, MadWorld adaptaba un mundo monocromático con detalles en rojo con reminiscencias a Sin City, Guild of Dungeoneering organizaba sus piezas y personajes hechos a lápiz y Lumino City y Tearaway jugaban con el papel plegado.

El proceso de animación digital de HYPE requería que todos los personajes se realizaran por piezas, montándose y animándose todas ellas una a una. A pesar del proceso laborioso que implicaba este método, una vez montados, los personajes podían animarse en su totalidad de una manera rápida y sencilla, exportando en fotogramas y diferentes formatos para su posterior implementación dentro del mundo.

El diseño de los personajes ha experimentado bastantes cambios durante el proceso, desde el tono serio de los primeros gráficos en pixel, pasando por un estilo de dibujo europeo y acuarelas hasta el resultado final, más cercano al cómic comercial. Aun

así, y posterior a la realización del tráiler, los diseños han seguido evolucionando y cambiando hasta adquirir una madurez y un estilo mucho más sólido, dejando de lado el carácter naif de los primeros diseños para encarar la nueva fase del universo HYPE dentro de la novela gráfica con mayor equilibrio y seriedad.

JUGABILIDAD

HYPE presenta una jugabilidad única gracias a la hibridación de géneros, dónde rol por turnos y juego de cartas intercambiables se dan de la mano: mientras la exploración se realiza como cualquier juego de rol clásico (andando por las ciudades y diferentes escenarios, hablando con diferentes personajes, etc...) el combate se realiza por turnos mediante el uso de cartas. El punto innovador de este sistema se encuentra en una barra de riesgo, representada en la parte superior de la pantalla, que irá organizando el orden de turno dependiendo de las acciones que tomen los jugadores. Cada personaje actuará cuando llegue al primer puesto de la barra de riesgo, y cada carta que use le empujará hacia la derecha un número determinado de posiciones, dependiendo del poder de la carta. Una vez cruzado el centro, se acabará de manera automática el turno de ese personaje y todos volverán a avanzar de manera simultánea hasta que otro personaje llegue al extremo izquierdo. Este sistema, unido a una selección de acciones básicas que puedan realizar todos los personajes, dotará de una gran flexibilidad al jugador a la hora de desarrollar su estrategia, no solo tomando en cuenta las cartas y acciones que dispone sino también la situación del resto de personajes en esta barra de riesgo, dando lugar a un sinfín de posibilidades.

Las cartas a las que tiene acceso el jugador vendrán fijadas por la clase que elija para sus personajes (diferenciando los roles clásicos de apoyo, tanque, guerrero, etc... de los juegos clásicos de rol con los nuevos roles incluidos en HYPE que interfieren directamente con el sistema de barra de riesgo), así como por el equipo que estos tengan. Esta selección de cartas se irá ampliando a medida que el jugador desbloquee habilidades nuevas para sus clases y cree nuevo equipo. El equilibrio de este sistema reside en el diseño de las cartas de manera individual, por lo que las cartas menos potentes influirán en menor medida en la posición del personaje en la barra de riesgo y viceversa. Esta fórmula implica que el reajuste de los valores de las cartas sea mínimo y todos los

personajes tengan las mismas ventajas y desventajas independientemente de la clase que elijan.

Este factor de personalización incide de manera directa en una nueva moda dentro del mundo de los videojuegos, donde lo visual y lo personalizable juegan un factor fundamental, el desbloquear características y objetos se ha convertido en una obsesión y que, desde años atrás, estos elementos han llegado en forma de contenido descargable de pago en la mayoría de videojuegos. Juegos como Overwatch o League of Legends son un ejemplo perfecto de que existe un interés ferviente en este aspecto del coleccionismo de objetos cosméticos y personalizables dentro de los videojuegos. HYPE se centra en este aspecto, fomentando la colección de todas las habilidades y clases en esta misma línea, ofreciendo todo el contenido dentro del juego y siendo este desbloqueable a través del propio juego.

ESPACIO SOCIAL

Como cualquier otro medio de expresión, los videojuegos pueden funcionar como foro de discusión sobre diferentes temas sociales, políticos, así como un espacio de crítica y reflexión. En ese sentido, HYPE aprovecha una situación privilegiada para romper varios conceptos que siguen manteniendo un carácter tabú dentro de los videojuegos: el de género y sexualidad.

Los videojuegos han sido siempre foco de estudio y han ofrecido un reflejo de carácter social, no solo de los jugadores, sino del mundo en el que viven. El tema del sexismo en los videojuegos es casi tan antiguo como su propia historia, desde la damisela en apuros hasta el Principio de la Pitufina, el sexismo siempre ha permanecido de manera presente dentro de los videojuegos y orbitando la escena de este tipo de entretenimiento. Los ejemplos los encontramos en obras de todos los niveles, presupuestos y públicos, desde la princesa Peach de Super Mario que tiene que ser rescatada, pasando a una Lara Croft en Tomb Raider voluptuosa, con una campaña de marketing y de modders (modificadores del código del juego) empeñados en desnudarla, o Metroid, que desviste a la protagonista, Samus, dependiendo de lo rápido que acabes el juego y potenciando la idea de la mujer como trofeo.

En las antípodas de estos casos, encontramos mujeres fuertes e independientes, en títulos como *Beyond Good & Evil*, *Life is Strange* o *Child of Light*, todas ellas caracterizadas de manera independiente a un personaje masculino como referencia, sin ser sexualizadas ni condicionadas por su género, ni utilizando esta condición de género como elemento nuclear en la narrativa del videojuego. Los ejemplos que cumplen estas tres reglas son escasos y por lo general presentes en producciones de menor peso.

Ante este escenario, HYPE presenta a una protagonista que no atiende a concepciones establecidas de género, sin ser este hecho el motor principal de la historia. Atendiendo al carácter social de los videojuegos, HYPE aprovecha su situación para poder abrir nuevas vías de debates en cuanto a género y sexualidad, sin incidir de manera directa sobre él, pero abriendo un marco de discusión al respecto.

De los cuatro personajes principales de HYPE, tres son considerados mujeres, una media que, cuando ocurre en los videojuegos, suele estar provocada por un motivo de sexualización de los personajes, como por ejemplo en *Dead or Alive* y su plantilla de luchadoras en bikini, *Hitman Absolution* con su ejército de monjas en lencería o las jefas finales en *Metal Gear Solid IV*.

Si bien no debemos olvidar que los videojuegos son una obra de ficción, al igual que el cine y la literatura, funcionan como reflejo de la sociedad en la que vivimos y tienen un importante poder transformador. Es por ello que HYPE afronta este problema de género de manera natural, sin poner el debate como eje central de su argumento, pero siendo este constante a lo largo del videojuego.

HERRAMIENTAS

Todo el trabajo en HYPE ha sido realizado con diferentes herramientas dependiendo de los elementos creados y su función dentro del juego. Todas las ilustraciones han sido creadas con Artrage y Adobe Photoshop y posteriormente vectorizadas con Adobe Illustrator, manteniendo y adaptando texturas y filtros con un retoque final en Photoshop.

El hecho de poder trabajar con capas aligera mucho la carga de trabajo y permite la reutilización y la reimplementación de diferentes elementos una y otra vez dentro del mismo espacio de trabajo.

La animación de los personajes se ha realizado con Spriter Pro, para facilitar la creación de rigs (esqueletos digitales donde montar diferentes texturas y animarlas y exportarlas) y tras su exportación, el trabajo se ha realizado casi íntegramente en Adobe After Effects y Adobe Premiere, incluyendo algo de programación en el primer programa.

La banda sonora y los diálogos han sido tratados con Adobe Audition y exportados a Premiere para su montaje final.

Si bien no existe ninguna demo jugable, se ha intentado adaptar el concepto de jugabilidad al tráiler de presentación, intentando ser lo más fiel posible a lo que sería el resultado final del videojuego.

Todas estas herramientas han sido vitales para especializar cada parte del proceso de creación y ahorrar en tiempo y recursos. Si bien todo el proyecto se podría haber realizado con solo un par de las herramientas comentadas, habría requerido más horas de trabajo y, en conjunto, habría resultado bastante menos orgánico.

EVOLUCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto, que empezó a gestarse hace más de un año, ha sufrido numerosos cambios tanto a nivel de diseño como a nivel conceptual. La historia ha sido modificada para poder acceder a un público más variado, aligerando parte de la complejidad narrativa en pos de una jugabilidad más original y cuidada. Uno de los anexos incluidos en esta memoria forma parte de la biblia transmedia sobre HYPE realizada hace algo más de un año. Para entonces, HYPE era un juego de plataformas y acción con elementos de rol, con una historia algo más genérica pero mucho más compleja. Parte de ese universo se puede adaptar perfectamente al proyecto para añadir riqueza y más capas de profundidad a la historia actual. Muchos elementos han sido trasladados y se han considerado transversales a lo largo del desarrollo, como la protagonista femenina, la lucha contra el poder establecido o una de las razas de alienígenas, otras cosas han sido modificadas y adaptadas al nuevo estilo, y otras han sido descartadas, al menos de momento.

La flexibilidad que ofrece la historia de HYPE, que a día de hoy sigue siendo un lienzo en el que poder seguir trabajando conceptos e ideas, permite que este proyecto sea ambivalente y pueda seguir reinventándose tanto en este como en otros formatos.

La decisión del cambio de estilo visual, aunque arriesgada, logró dar una identidad mucho más exclusiva y personal al universo pensado, pudiendo rehacerse y mejorarse conforme el proyecto avanza.

HYPE fue presentado durante la pasada edición de los PlayStation Talent Games Camp, donde competía con otros trabajos locales por recibir el apoyo de Sony PlayStation para el desarrollo del juego. Incluso sin hacerse con uno de los puestos ofertados, esto sirvió para avanzar y actualizar el proyecto en muy poco tiempo y buscando unos estándares de calidad aún mayores que los proyectados. La definición del diseño de los personajes llegó a consolidarse, así como el estilo y las mecánicas del mismo.

Este proyecto ha tenido dos colaboraciones que han conseguido dotar a HYPE de más textura: la pieza de música que aparece en el trailer, realizada por Victoria Ford (un grupo de música sevillano) y la voz de la vocalista de Ghost Car (un grupo de música escocés) para doblar el tráiler. Uniendo estas dos colaboraciones a la actividad constante de HYPE en las redes sociales, el proyecto ha conseguido tomar forma y atraer la atención de un público que ha participado activamente en la toma de decisiones tanto a nivel artístico como a nivel conceptual.

FUTURO DEL PROYECTO

A día de hoy, HYPE, como videojuego, requiere de un equipo dedicado a él de manera constante, así como una financiación para poder llevarse a cabo. Existen casos de otros desarrolladores que han podido sacar su proyecto en solitario, como por ejemplo el de Eric Barone, creador de Stardew Valley, pero requiere de una gran cantidad de tiempo, así como de una financiación externa para poder dedicarse íntegramente al proyecto.

Los medios de distribución son muchos y variados, en el estado en el que se encuentra HYPE bien podría presentarse en una plataforma de mecenazgo como Kickstarter, pero la inversión temporal es demasiado alta en este momento.

Por estas razones, y con la idea de continuar con el trabajo realizado, el futuro de HYPE está más ligado al formato de cómic que al de videojuego. A pesar de ser un trabajo lento que necesita dedicación, es perfectamente realizable por una sola persona y a un ritmo mucho más flexible que un videojuego que haya optado por buscar financiación.

Si bien los nuevos diseños son todavía escasos, es fácil ver la capacidad de adaptabilidad de este universo a otros formatos y estilos visuales.

CONCLUSIONES

Tras varios años trabajando con HYPE y el universo creado a su alrededor, estoy convencido que el proyecto necesita un giro y un enfoque alejado de la propuesta original para que este mundo pueda seguir expandiéndose y explorando otros terrenos. La constante consolidación y evolución de los diferentes diseños (ya sea de sus personajes, del mundo o de la historia que los contextualiza) deja claro que este proyecto tiene aún mucha vida y mucho margen para cambiar y adaptarse a las diferentes situaciones venideras.

Durante el proyecto, personalmente, he ido afianzando mi confianza con el uso de diferentes programas, aprendiendo a mirar los objetivos y los problemas que surgían desde diferentes perspectivas y adaptando las soluciones de un modo cada vez más orgánico hasta que la fluidez con la que se desenvolvía el trabajo en sus últimas etapas llegaba a sentirse como algo natural.

Es posible que HYPE, como videojuego, termine desarrollándose en un futuro, pero el cambio constante en las tendencias de los jugadores, así como la evolución paralela a la que están sometidos los diseños originales, motivarán cambios profundos en lo que es HYPE a día de hoy.

Habiéndose presentado al programa de Playstation Camp y habiendo llamado la atención de diferentes desarrolladores, diseñadores y jugadores, el recorrido de HYPE a día de hoy se antoja completo y fructífero. Es por ello que, sin dejar de trabajar en el universo creado, esta etapa del proyecto puede considerarse cerrada.

BIBLIOGRAFÍA

- Antonelli, P. (2012). *MoMA | Video Games: 14 in the Collection, for Starters*. [online] Moma.org. Available at: https://www.moma.org/explore/inside_out/2012/11/29/video-games-14-in-the-collection-for-starters/ [Accessed 11 Jun. 2017].
- Braid. (2009). *Number None*.
- Castlevania: Symphony of the Night. (1997). Konami.
- Hitman: Absolution. (2012). IO Interactive.
- Indie Game: The Movie*. (2011). [video] Directed by L. Pajot and J. Swirsky. Canada: BlinkWorks Media.
- Journey. (2012). Thatgamecompany.
- Kain, E. (2017). *On Walking Simulators, Game Journalism And The Culture Wars*. [online] Forbes.com. Available at: <https://www.forbes.com/sites/erik-kain/2016/10/05/on-walking-simulators-game-journalism-and-the-culture-wars/#3b8cfbaf2376> [Accessed 11 Jun. 2017].
- Minecraft. (2011). Mojang.
- O'Halloran, J. (2015). *Art and games*. [online] Tate.org.uk. Available at: <http://www.tate.org.uk/context-comment/articles/top-10-art-direction-video-games> [Accessed 11 Jun. 2017].
- Okami. (2006). Clover Studio.
- Rocket League. (2015). Psyonix, Inc.
- Stardew Valley. (2016). ConcernedApe.
- SteamSpy - All the data about Steam games. (n.d.). *SteamSpy*. [online] Available at: <https://steamspy.com/> [Accessed 11 Jun. 2017].
- Surviving Indie*. (2016). [DVD] Directed by R. Cook. Estados Unidos: Devolver Digital Films.
- The Stanley Parable. (2013). Galactic Cafe.
- Tomb Raider. (1996). Core Design.
- UmJammer Lammy. (1999). Namco.
- Unfinished Swan. (2012). SCE Santa Monica Studio.
- Vib-Ribbon. (1999). SCE Japan Studio.

ANEXOS (Incluidos en el DVD)

1. HYPE

El tráiler final del proyecto en el que se concentra el resultado de todos los meses de trabajo expuestos de manera práctica. Aquí se aprecian las mecánicas del videojuego y el estilo final ya implementados de manera visual. En el vídeo se mezclan elementos de historia (el primer minuto, que marca el tono de la narración) y los elementos jugables (a partir del minuto 1, donde se muestra las características jugables de HYPE).

2. Arte Conceptual

PDF con diseños (algunos incluidos en el tráiler final y otros no) realizados durante todo el proceso de creación de HYPE

3. Biblia Transmedia

PDF con una biblia transmedia realizada en torno a HYPE hace un año, para apreciar el cambio que ha sufrido el proyecto tanto a nivel visual como conceptual.

4. Nuevos diseños

PDF con algunos de los nuevos diseños de personajes de HYPE

