

TFG

OTOME GAMES.

CONCEPTO, TEORÍA Y PRÁCTICA.

Presentado por Lidia Núñez Sánchez

Tutora: Sara Álvarez Sarrat

Facultat de Belles Arts de Sant Carles

Grado en Bellas Artes

Curso 2017-2018



**UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA**



**UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES**

OTOME GAMES. CONCEPTO, TEORÍA Y PRÁCTICA.

RESUMEN

Este Trabajo de Fin de Grado teórico y práctico consistente en el desarrollo visual y la programación de una novela visual para dispositivos móviles, que contiene un componente de simulación de citas que en el mercado se conoce con el nombre de *otome game*. Se propone el término “estrategia amorosa” para este género.

Las novelas visuales interactivas para mujeres, forman un nicho en el mercado de los videojuegos, dominado por juegos que continúan la tradición mediática de los productos orientados a un público masculino. Por qué existe este nicho de simulación de citas para mujeres y en qué consisten estas novelas visuales son dos preguntas que se responderán analizando dos elementos principales: los referentes estéticos históricos de la cultura del manga para chicas, de los que se ofrece un breve repaso y ejemplos prácticos y, por otro lado, la interacción o interactividad en los videojuegos aplicada a este nicho concreto, prestando especial atención a la inversión emocional del usuario.

Finalmente, se lleva a cabo un ejercicio práctico consistente en el diseño y la programación de una novela visual interactiva, con las fases de producción propias de un videojuego. Dentro de las mismas destacaremos la fase de desarrollo visual, que pretende fusionar las tradiciones estéticas europea y anime, típica de las novelas visuales interactivas para mujeres.

Palabras clave: *Otome game*, novela visual, videojuego, inversión emocional, *shojo*, *bishounen*, Unity, BL.

ABSTRACT

This final year theoretical and practical report consists of the visual development and the programming of a visual novel for mobile devices, containing a date simulation component which in the market is known as otome game. The term “love strategy” is proposed in Spanish for this gender.

Interactive visual novel for women are a niche in the general video game market, dominated by games which follow the media tradition of male-oriented products. Why this date simulation niche exists and what these visual novels consist of will be answered by analyzing two main elements: the aesthetical, historical references of shojo manga culture for girls, giving a small introduction and some practical examples and, on the other hand, interaction or interactivity in this type of games, with special attention to the user’s emotional investment.

Finally, a practical example will be carried out designing and programming an interactive visual novel, using the production stages of a video game. One of the main stages being the visual development, where an attempt will

be done to merge the traditional European and the stereotypical anime-ish aesthetics found in female-oriented interactive visual novels.

Keywords: *Otome game, visual novel, video game, emotional investment, shojo, bishounen, Unity, BL.*

AGRADECIMIENTOS

A mi tutora, la Dra. Sara Álvarez por su paciencia, su profesionalidad y por todo su tiempo, que ha sido un año entero.

A Mar Hernández por el guión original, por su paciencia y su entereza mientras me veía modificando su obra. A Digital Sun, por hacerme sentir que estaba volviendo a casa, en especial a Vicent. A la Dra. Noemí Martín Santo, especialista en literatura hispano japonesa de la Primera Modernidad, por el testeo del software y en especial de los textos adaptados.

A Luis Alís, experto en manga, anime, cultura japonesa, el traductor favorito de muchos de nosotros. El mejor amigo que una fan o una persona puede tener y por su apoyo constante para terminar la carrera.

A la *fujoshis* por el impagable fangirleo.

A Super Awesome Hyper Dimensional Mega Team, por tantas entrevistas, críticas constructivas y enseñanzas en todos los aspectos de la creación de un juego.

A Andrés Domenech, doctorando sobre la influencia de las Artes en el proceso creativo de un videojuego, que me ha permitido referenciarle y me ha ofrecido ayuda y e información para mi futuro y el de este TFG.

A Carlos Mercé, compañero que en la última fase se ofreció a ser mi único outsourcing y realizó los fondos para todos los diálogos.

Nota sobre los nombres y traducciones del japonés:

Los nombres japoneses no han respetado el orden de lectura japonés (apellido y nombre), sino que aparecen primero el nombre seguido del apellido. Las palabras en japonés aparecen romanizadas y adaptadas a la fonética española, por lo tanto no se ha usado el sistema Hepburn para su transcripción. Los sistemas de transcripción oficiales Hepburn (creado por un misionero c. 1860) y Kunrei (oficial del gobierno japonés de 1954) utilizan una fonética basadas en la adaptación a los fonemas y grafemas ingleses. Cuando la palabra ha pasado a ser un neologismo y hasta se ha domesticado, se usará la grafía nueva o domesticada utilizada en los medios de comunicación en castellano. En los demás casos, se ha optado por utilizar la grafía encontrada más frecuentemente en prensa especializada y en artículos académicos.

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	5
II. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	5
III. TERMINOLOGÍA	6
IV. DEFINICIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LOS OTOME GAMES	9
1. <i>Análisis histórico del mercado</i>	9
2. <i>Referencias</i>	10
2.1. Referencias rechazadas	11
3. <i>Target</i>	17
V. DISEÑO DEL JUEGO	13
1. <i>Historia</i>	13
2. <i>Información general</i>	13
3. <i>Objetivos</i>	13
4. <i>Estructura narrativa: el guión adaptado</i>	14
5. <i>Mecánica</i>	17
5.1. Estrategia amorosa	18
5.2. Inversión emocional	18
VI. DESARROLLO VISUAL	21
1. <i>Referencias estéticas</i>	21
2. <i>Personajes</i>	25
2.1. La importancia del diseño de los personajes	25
2.2. Morfologías en el nicho otome	25
2.2.1. Ojos	26
2.2.2. Cuerpo "femenino"	28
2.3. El conflicto: Nicho vs amplificación. Influencias vs profesionalidad.	30
2.4. Diseño definitivo de los personajes	31
3. <i>Entornos</i>	33
VII. PROGRAMACIÓN	34
1. <i>Programación con Tyrano Builder</i>	34
2. <i>Programación con Unity</i>	34
2.1. Cradle para Unity	34
2.2. Fungus	35
3. <i>Ilustración para videojuegos. Las normas del software</i>	36
VIII. CONCLUSIONES	38
IX. BIBLIOGRAFÍA	40
X. ÍNDICE DE IMÁGENES	42
XI. ANEXOS	43

I. INTRODUCCIÓN

Este trabajo es resultado de los conocimientos adquiridos durante todo el Grado de Bellas Artes y se centra concretamente en un desafío para poder llegar a realizar un producto nunca antes realizado durante la carrera: una novela visual interactiva. El perfil de Bellas Artes desde el que se realiza esta investigación y producción acata el tema del TFG desde el punto de vista de los conocimientos de Historia del Arte, Preproducción, Interacción y videojuegos, Dibujo, Pintura analógica y digital y Desarrollo visual, materias estudiadas durante el Grado de Bellas Artes en esta facultad y durante el programa de intercambio académico.

II. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

OBJETIVOS PRINCIPALES:

Investigar del origen y el lenguaje de las novelas visuales en el contexto de la cultura femenina en Japón y su domesticación en occidente. Diseñar, redactar y programar el primer nivel de un videojuego tipo novela visual.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

La comprensión y explicación del mercado actual del género y el consumo del mismo por mujeres en el contexto de los videojuegos.

Adaptar una novela para crear el guión de este juego.

OBJETIVOS ESTÉTICOS Y TÉCNICOS:

Crear una línea estilística cercana a la tradición europea a partir de la descomposición de cánones del *anime*. La investigación de esta línea comienza durante la asignatura de Desarrollo Visual (Promoe 2016 en California College of The Arts, San Francisco) y continúa durante toda la materia de Producción de Animación I (UPV, 2016/17) y Narrativa Secuencial: Cómic (UPV, 2016/17).

Crear una nueva estética y una nueva terminología.

Programar un videojuego. Esta tarea será posible gracias a la asignatura de Taller de Interacción y Videojuegos (UPV, 2017).

METODOLOGÍA:

Se sigue un método de trabajo preestablecido para juegos, consistente en los siguientes pasos:

- Análisis del mercado
- Creación del documento de diseño del juego (GDD)
- Creación de la estructura del juego
- Adaptación del guión y programación
- Desarrollo visual (en paralelo con los dos puntos anteriores)

III. TERMINOLOGÍA

El dominio del vocabulario o terminología específica (tecnicismos) y los conceptos inherentes al ámbito artístico de las diferentes disciplinas es una de las competencias del Grado en Bellas Artes. Precisamente, como licenciada en Traducción e Interpretación, considero importante este apartado terminológico que nos permite diferenciar los neologismos, tecnicismos, jergas y domesticaciones lingüísticas en este campo. La lengua fluye continuamente en continua transformación, y el análisis de estas fluctuaciones/cambios nos proporciona una perspectiva sobre la evolución de un determinado aspecto de la cultura.

El lector comprobará que hay gran cantidad de neologismos en japonés o en inglés en este texto. En el caso del inglés, son en realidad palabras japonesas, en tanto que están creadas en Japón, cuyo inventor decidió simplemente emplear vocablos ingleses por diversas razones: porque en japonés (en Japón) la palabra se entendería demasiado bien y el tema podría considerarse tabú, porque sonaba más moderno o más exótico en inglés o porque se dota de una nueva acepción a un extranjerismo ya existente.

El elevado número de neologismos que encontramos en el mundo de los videojuegos y de los aficionados al manga y al anime japonés, se debe a la velocidad con que la información se ha propagado en el momento de su creación. Propiamente dicho, *no da tiempo* a que un término se adapte a una cultura de llegada, se traduzca por un equivalente (que en muchos casos no existe ni algo parecido ni algo en lo que haya consenso, o simplemente por la obsesión con la pureza y el exotismo de los aficionados) o mucho menos se domestique.

Lo ilustraré con un ejemplo reciente: últimamente estuve traduciendo una serie en la que una *fujoshi* (consumidora ávida de productos narrativos de amor homosexual entre chicos) confesaba que le gustaba el *pairing* como modo de vida y al mismo tiempo se sentía a gusto cuando estaba con su *senpai*. Tras consultar estas tres palabras con la agencia responsable con el fin de mantener consistencia con las demás traducciones que actualmente se estaban realizando en España, se decidió traducir las tres. Para la palabra *fujoshi* utilicé "otaku", que también es japonesa pero está totalmente asentada en la cultura de aficionados de este país. Sin embargo, en el momento de la emisión en España, el capítulo ya había sido subtítuloado al español y al inglés casi simultáneamente desde su estreno en Japón el día anterior, y esta traducción que navegaba por la red contenía sin tapujos esas tres palabras en japonés. No sólo eso, sino que había llegado a más público, el cual ya estaba comentando el capítulo y abriendo foros en los que usaba los términos indiscriminadamente.

La traducción oficial iba mucho más atrasada que la traducción que había

consumido el nicho de fans, de modo que en el producto para el público general no acostumbrado por norma a estos productos, no iba a introducir en el vocabulario general del espectador estos neologismos. Pero en el tipo de juegos que trata este TFG, los espectadores occidentales son del tipo de fans que esperan la traducción más inmediata o ven el capítulo directamente desde Japón, . Los especialistas consultados, asimismo, se basan en la realidad de un mercado que existe como tal y tiene su importancia en Japón, de modo que todavía no han proporcionado palabras equivalentes en las culturas occidentales porque no hay equivalencias culturales que resulten en equivalencias lingüísticas.

La palabra anime, por ejemplo, es un caso especial: esta palabra adquirió su total domesticación a raíz de un error en el periódico *El Diario*, el 3 de marzo de 2017, donde se publicó un artículo titulado '*Ghost in the Shell*': ¿ha aprendido Hollywood a adaptar animes? Según Louis Guilbert¹², si se trata de una voz de origen extranjero, su total adaptación fonética y gráfica al sistema de la lengua que le recibe constituye la mejor garantía de que ha perdido ya el carácter neológico.

A continuación se muestra la lista de tecnicismos, en su mayoría neologismos, de este contexto que irán apareciendo en esta memoria. Las fichas terminológicas completas están recopiladas en el Anexo I.

otome	<i>target</i>
<i>fujoshi</i>	shojo
anime	<i>dojinshi</i>
manga	yaoi
<i>fudanshi</i>	<i>BL</i>
otaku	<i>bishonen</i>

Señalaremos en esta sección un nuevo tipo de terminología menos reconocida lingüísticamente pero cuya importancia es mayor en nuestra sociedad, al igual que es de vital importancia en las Bellas Artes y en la Historia del Arte: la del lenguaje visual.

El factor de mayor importancia en este Trabajo es el apartado visual, pero su continua contextualización y descontextualización han hecho de todos los códigos estéticos y de animación y morfología estética del anime un lenguaje que también ha dejado de ser neologismo, para instaurarse en la forma de pensar de toda una generación y las venideras, sin marcha atrás.

Laurence Brener³, nos recuerda que, desde que existe el acceso a Internet un solo contenido visual se recibe en el mundo entero sincrónica-

1 GUILBERT, L. *Grammaire générative et néologie lexicale*, pp. 34-44.

2 GUERRERO RAMOS, G. *Neologismos en el español actual*, 1995.

3 BRENNER, L. *Connecting the World: The Visual Lexicon and Terminology of Anime, Manga, and Fandom*, 2014.

mente, provocando una reacción sincrónica en todos los contextos posibles y creando una comprensión visual unificada. Esta comprensión se extiende a todos los contenidos relacionados, empezando por los videojuegos y terminando por el *merchandising* y otros productos transmedia.

Cabe aquí mencionar la influencia que los doujinshis (mangas parodias hechos por fans, el equivalente en cómic al fanfic) y fans tienen en el mercado "oficial", siendo la comunidad tan relevante que acaba por convertirse en los pilares del juego, como demuestran los MMORPG.



Fig. 1. *Angelique* (1994). Koei Tecmo Holdings Co., Ltd.



Fig. 2. *Hakuoki Shinsengumi Kitan* (2008). Idea Factory.

IV. DEFINICIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LOS *OTOME GAMES*

1. ANÁLISIS HISTÓRICO DEL MERCADO

Siguiendo con la tradición de manga especialmente para el público femenino desde comienzos de la historia del cómic japonés, en el mercado de los videojuegos se han creado desde los años 90 títulos especialmente dirigidos a un público femenino.

Dentro de esta categoría, se encuentran los *otome game* (literalmente, "juego para doncellas"). Esta palabra, a falta de una traducción satisfactoria y debido a la lentitud de las traducciones según se van creando en Japón, se usa como neologismo en Occidente para denominar una novela visual en forma de videojuego dirigida generalmente al mercado femenino. El primer videojuego de este tipo fue oficialmente *Angelique*, publicado en 1994 para Super Nintendo y desarrollado por un equipo sólo de mujeres. En él, la jugadora debe convertirse en reina, pero además interactúa con nueve guardianes masculinos.

Aunque el juego estaba dirigido a chicas preadolescentes, fue sorprendentemente bien recibido por edades más avanzadas de hasta treinta años. Es decir, por el rango de edad que más consumía *shojo manga* desde los años 70.

Hoy día encontramos tiendas como *Animate* o *Tora no Ana*, edificios completos con productos de consumo exclusivos para mujeres (tiendas de más de cuatro plantas con pasillos dedicados a juegos *otome* y plantas dedicadas a toda la cultura *doujinshi* que es generada y mezclada en intermedia con los propios fanzines, los videojuegos, los animes, los mangas oficiales, las bandas sonoras con fragmentos especiales de conversaciones ideales entre personajes, el merchandising obligado de llaveros, pósters, camisetas, tazas, pero también de sábanas y almohadas de la mano de dos o tres series principales), u *Otome Road*, una calle en el barrio de Ikebukuro (Tokio) especializada en este mercado (paralelo y distinto al de Akihabara, que era una fantasía del *otaku* masculino hasta hace unos diez años con la introducción de la política del *Soft Power* por el Gobierno). No se excluye a los hombres, y de hecho existe un término para los hombres que juegan a este tipo de juegos o que disfrutan de contenidos *yaoi*: son los *fudanshi*¹. De la misma forma que cualquier chica puede entrar en el resto de las tiendas con productos orientados a hombres, pero es una muestra de que el afán empresarial y la confianza

1 Kazumi Nagaike explica, en lo referente al BL: "Specifically, *fudanshi* readers' strong attachment to BL *shōnen* (boys) may be associated with the idealization of *shōnen* identity which is promoted by certain Japanese modernist male writers. In the form *shōnen* images, these writers wish to project their resistance against national attempts to Westernize and "masculinize" modern Japan. Similarly, *fudanshi* may project their inclination to feminize the self onto BL *shōnen* characters, in order to speak against the contemporary social situation, in which a Japanese man is only valued in terms of his socially constructed male identity."



Fig. 3. *Lamento - Beyond the void* (2006). Nitro-Chiral.June.



Fig. 4. Revista *June*, número de noviembre de 1983.

en el mercado interno típicas del mercado japonés han conseguido que las jugadoras femeninas (en su mayoría, léase siempre como genérico) tengan su propio espacio en el mercado. Las mujeres consumen (tradicionalmente eran las únicas encargadas de realizar las compras del hogar). El consumo en Japón a menudo está imaginado y criticado como una actividad esencialmente femenina².

De la libertad que se esconde tras el aspecto frágil y tradicionalmente femenino de las heroínas visibles de los *otome games* hablaremos en el apartado de la mecánica del juego.

2. REFERENCIAS

La investigación del género pasa por el análisis de otras novelas visuales. Se han tomado referentes en el nicho de este mercado, basándose en popularidad por cifras en ventas, continuidad a través de los años, bien en forma de novela visual o en otros medios (animación, novela, cómic) y adecuación a un ideal de jugabilidad sana, donde, como se verá más adelante en las referencias rechazadas, no perpetúan la violencia al normalizar comportamientos sociales de abuso.

- Serie *Shall we date* para móviles, por su mecánica sencilla, estética consistente y popularidad para móviles, creada por NTT Solmare (JP)
- *Mystic Messenger*, la novela visual de moda en Occidente en 2016, para móviles. De Cheritz Team (KR).
- *Lamento, Beyond the Void*, una de las primeras novelas visuales de gran éxito para PC, de la mano de la especializada Nitro+Chiral (JP), posterior a la exitosa *Togainu no chi*, la primera de la misma compañía.
- *Hakuoki Shinsengumi Kitan*, multiplataforma (PS2, PSP, Nintendo DS, flash on line y PS3). De Idea Factory (JP).

Otras referencias

- *Time Hollow*, publicado por Konami para Nintendo DS.
- E-books
- *La balada del viento y los árboles (Kaze to ki no uta)* de Keiko Takemiya, manga publicado por primera vez en 1976. Es importante porque inició el género *yaoi* oficialmente. La historia de los videojuegos, el manga y el anime, no pueden estudiarse por separado, puesto que estas tres industrias hoy más que nunca se complementan e influyen entre sí. Al tener el nicho *otome* una cultura previa, es preciso hablar de la historia del *shojo* manga y del *yaoi*.

En 1978 se comenzó a publicar la revista *June*, centrada en historias románticas "estéticas" entre hombres. El término japonés para la palabra estética en este concepto es *tanbi*: historias escritas y dibujadas no sólo para resaltar únicamente la belleza de las formas, sino para rendirle culto. En la revista se incluían artículos estableciendo las características de este género,

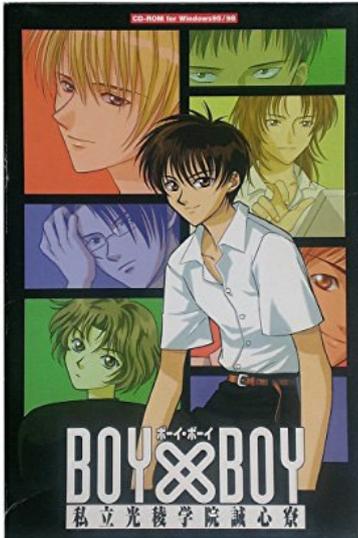


Fig. 5. *Boy x Boy Shiritsu Kuryou-gakuen Seishinryou* ("Residencia Confianza de la Academia Kuryou") (1999). King Record.

que luego pasó a llamarse "género June"³.

Precisamente porque el nicho romántico estaba destinado a mujeres, la temática *yaoi* o *BL* está creada por y para mujeres. Tener esto en cuenta es importante en el juego que nos ocupa, puesto que contamos con 13 700 millones de yenes generados por juegos de temática amorosa para chicas (el 5,4% del mercado de videojuegos) en el año 2015, dentro de los cuales hay más de 200 títulos *BL* (la jugadora es un chico en el juego) engrosando 1920 millones de yenes anualmente.⁴ En este juego habrá personajes que indistintamente prefieran a la protagonista o a otro personaje masculino.

El primer videojuego *BL* comercial "oficial" para chicas fue *BoyxBoy Shiritsu Kuryou-gakuen Seishinryou* en 1999. Al ser un producto que daba vergüenza comprar, el boom de este tipo de juegos no llegó hasta que no se asentaron en el mercado los smartphones.

2.1. Referencias rechazadas.

La problemática de muchos juegos en los que el objetivo es conquistar a otra persona, es que el afán de la jugadora por lograr el objetivo del juego es un arma de doble filo contra ella misma. Juegos como *Tokimeki Memorial Girls's side*, nos sirven para ilustrar este grave problema. La jugadora debe responder lo que al hombre le gustaría siempre que respondiera, pues, de no hacerlo, no hay posibilidades de completar el juego, al carecer éste de historia paralela alguna. En otros juegos de este tipo, como en el coreano *Mystic Messenger*, la jugadora puede elegir traicionar sus propias opiniones y responder lo que realmente sienta en cada momento, luego tendrá que atenerse a las consecuencias de que esto la pueda hacer menos compatible con el chico que está interesada, es ley de vida. En *Tokimeki* no sólo debes responder lo que al chico le hubiera gustado escuchar, sino que además debes vestirte en cada cita según los gustos del chico. Esta dinámica "dócil"⁵ es normal en este tipo de juegos, que reflejan la sociedad japonesa donde han sido concebidos.

Estos juegos no se usarán debido a la violencia. Si bien, pese a tantos años de investigación sobre la violencia en los videojuegos no se ha llegado a establecer una relación directa entre juegos de guerra y actitud violenta de los jugadores, en este caso no se trata de empuñar armas contra otros, sino de entrar en una dinámica de juego donde los abusos recibidos son una parte normal de una relación amorosa.

Tutsami Yuki, el director general de Voltage, empresa especialista en simuladores de citas con sucursal en EEUU, declara que en la publicación ame-

3 Hoy día la revista June ha pasado transformarse en tres revistas llamadas *Boy's Pierce* (mensual), *Boy's Pierce kindan* (trimestral) y *Boy's Pierce kaihatsushitu* (mensual). Además, Junet, la marca, ofrece mangas electrónicos, que no tienen necesariamente con corresponderse con los publicados en papel. También ofrece DVDs y novelas.

4 Yano Research Institute, Ltd.

5 RICHARDS, T., 2014.

ricana de sus juegos quería eliminar la protagonista tipo damisela en apuros, para adaptar el juego así a la audiencia Occidental⁶. Al tratar de localizar no solo el idioma, sino los escenarios (por ejemplo, de Tokio a Los Ángeles), las fans pueden sentirse traicionadas al igual que cuando Hollywood hace *whitewashing*.

¿Pero no podría esto abrir otro mercado a la gente no familiarizada con la cultura otaku? Ese es mi *target*.

NOTA DE LA AUTORA

Esta es una memoria sobre el proceso de creación de un videojuego orientado tradicionalmente a un público femenino. Todos los análisis de mercado, tipologías, mecánicas y de interacción tienen como trasfondo la preposición de que las historias en que las mujeres fantasean con protagonistas masculinos entre sí es una reacción natural a la cultura falocéntrica de los medios de masas. No se pretende volcar en esta memoria ideales para la igualdad ni pretende esta producción ser un alegato político subliminal para el uso del cuerpo del hombre. El objetivo es la ampliación del mercado ofreciendo un producto sano para un público determinado.

3. TARGET

El *target*, o público objetivo al que va dirigido este juego es, en primer lugar, mujeres de 15 a 30 años con poco tiempo libre que prefieran leer en el móvil. En segundo lugar, el nicho de las jugadoras de *otome game*. Aunque en principio la impresión visual pretende alejarse de la marcada estética anime de los *otome game* tradicionales, la etiqueta será “novela visual”, por lo tanto el público que puede en principio optar a probar este juego será el público acostumbrado y aficionado a este tipo de juegos.

Sin embargo, la principal razón para jugar a un juego de este tipo es sin duda la espectacularidad y el atractivo visual, de modo que pasaría a un segundo *target*, y es el de los lectores de novelas *on-line* o bien los lectores de e-books.

V. DISEÑO DEL JUEGO

1. HISTORIA

La Hermandad de los Dragones quiere hacerse con el control de los ocho reinos. Para conseguirlo tiene que matar a todos los participantes del Pacto de los Dioses.

El ejército de la Hermandad avanza hacia el castillo de uno de ellos, el mago más poderosos de todos: Ashcroft Dragón.

Kahli, la protagonista (la lectora) camina entre los soldados de la división del Dragón Blanco, siguiendo las instrucciones de su capitán y de su general, hasta que descubre que las intenciones del ejército eran usarlas como arma secreta contra el mago. Para ello, despiertan en ella un ser que habían estado controlando todo este tiempo: la Dracolía. Khali deberá decidir si aceptar usar sus nuevos poderes para matar al mago o desertar del ejército, al sentirse traicionada por su capitán.

2. INFORMACIÓN GENERAL

Título: Khali. Ataque en la Noche del Silencio.

Género: Novela visual

Idioma: Español

Número de jugadores: 1

Consolas: Dispositivos móviles

3. OBJETIVOS

Los juegos de simulación de citas tienen un objetivo principal "oficial" -por ejemplo, descubrir a un asesino o vengar a tu familia- y un objetivo secundario de alta inversión emocional que realmente da jugabilidad y adicción al juego. Hablaremos de la adicción en la mecánica del juego (p. 17) y en el guión adaptado (p. 14). Este objetivo secundario (o primario encubierto) consiste en entablar finalmente una relación amorosa o sexual con uno de los personajes.⁷

En el juego que realizamos, según el bando que la jugadora elija, tendrá un objetivo principal u otro.

1. Bando de la Hermandad de los Dragones. El objetivo es derrotar a Ashcroft Dragón.

2. Bando de Ashcroft Dragón. El objetivo es ayudar a derrotar a la Hermandad de los Dragones.

Objetivo secundario en ambos casos: conseguir terminar el juego junto a uno de los personajes secundarios.

⁷ Esta definición puede encontrarse en los siguientes ensayos de KIM, H. *Women's Games in Japan Gendered Identity and Narrative Construction*. (pp. 165–188) y VAN ZOGGEL, G. *Serious 'techno-intimacy'. Perceiving Japanese dating simulation video games as serious games*, 2011.

4. ESTRUCTURA NARRATIVA: EL GUIÓN ADAPTADO

Antes de decidir entre los diferentes softwares de programación y mientras se realizaba la investigación pertinente sobre los mismos, se fue adaptando el guión original, escrito por Mar Hernández y que estaba disponible *on-line*⁸.

En una novela visual es el propio guión el que dicta los diagramas de flujo del juego, de modo que era esencial escribirlo y estructurarlo para hacer recuento de escenas, de *sprites* de personajes y para probar la lógica y la interacción en las elecciones del jugador.

La historia original es una novela escrita en tercera persona, centrándose en el punto de vista de un solo personaje por capítulo. De este modo, se adaptaron principalmente las partes en las que la protagonista era Khali. De cada capítulo debería extraerse lo siguiente:

- Un diálogo entre dos o más personajes.
- Una narración en primera persona desde el punto de vista de Khali.

Aunque se eliminaran del guión muchos capítulos de otros personajes, dichos capítulos sirvieron para crear a esos personajes secundarios, los escenarios, como referencia y para las escenas donde la protagonista no participa en una conversación de la que es testigo. Además, en escenas de acción, no sólo de descripción, se hizo necesario cambiar el pretérito imperfecto por el presente simple.

Tomemos el siguiente párrafo de la historia original:

"[...]

Por ahora no podía hacer nada más que seguir el ritmo marcado por el Ejército y cruzar los dedos para que llegaran pronto a su destino. Una vez se levantara el campamento sería mucho más fácil encontrar el momento adecuado para escabullirse de sus vigilantes.

– ¡Oh Dioses, me muero de hambre! – Fue lo que Kahli pensó por enésima vez al levantar la cabeza hacia el cielo con la ridícula esperanza de que las divinidades se apiadaran de ella."

Y lo comparamos con el guión adaptado al juego:

"[...]

Por ahora no puedo hacer más que seguir el ritmo. Cruzo los dedos para que lleguemos pronto a nuestro destino. Una vez se levante el campamento, será mucho más fácil encontrar el momento adecuado para escabullirme de mis vigilantes.

- ¡Oh, dioses, me muero de hambre, apiadaos de mí!"

Este proceso da como resultado el primer borrador del guión.

El proceso de adaptación y de reescritura debe tener en cuenta, en este caso, la inclusión del componente de interacción sin el cual no existe el vi-

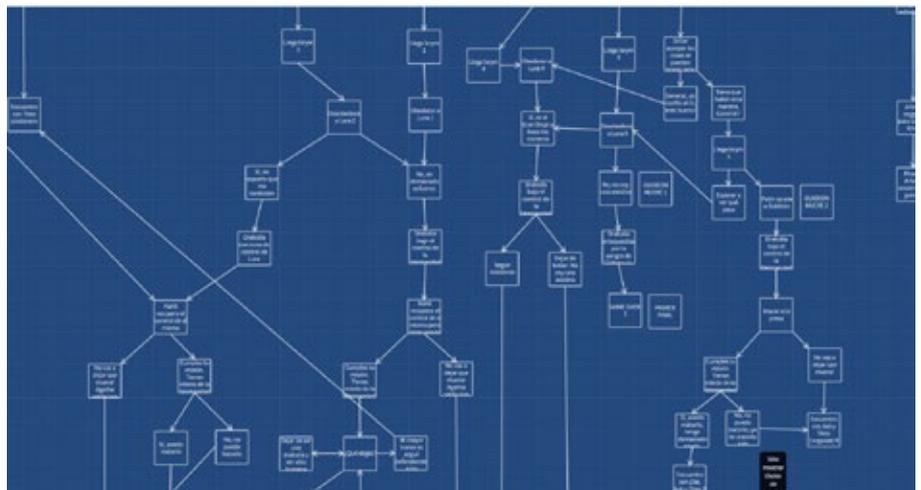
deojuego ni el componente lúdico. La estructuración de este guión va a dar como resultado el esqueleto de todo el juego, de modo que esta es una fase crucial del proceso que debemos evitar modificar en las fases posteriores del desarrollo.

La estructuración en un diagrama de flujo se hizo paralelamente a la reescritura del texto. El texto nuevo adquiere una identidad propia una vez que se realiza el primer borrador y se comienza a actuar en la interacción con el usuario. No es una transformación directa⁹, sino que se extrae la historia original y luego, "la olvidamos". Sólo así la nueva historia puede sacar adelante por sí misma toda la estructura.¹⁰

Para realizar el diagrama se utilizó Twine, una herramienta creada por Chris Klimas en 2009 para realizar relatos interactivos no lineales. Es de código abierto y su interfaz gráfica puede manejarse intuitivamente. La historia resultante puede exportarse directamente en HTML, visible y jugable desde cualquier navegador de Internet.

Fig. 6. Captura de pantalla de la interfaz de Twine.

Adaptando la novela ligera a un guión para videojuego, se establecen las escenas que deben ser realizadas: esquema del número total de escenarios con y sin personajes.



Al ir escribiendo y estructurando la historia, con la experiencia de Mar Hernández, tuve en cuenta los siguientes puntos esenciales en toda escritura para videojuegos extraídos de una clase maestra de Zach Keller, guionista de TellTale Games, quienes también usan Twine:

- Crear una historia que escucha al jugador (el juego tiene que volver a puntos de la historia siempre teniendo en cuenta las acciones del personaje). El jugador tiene que alimentar la historia en la medida de lo posible, para que crea que la historia le está escuchando. Esto provoca el siguiente punto:
- Respuesta emocional. La historia está viva y recuerda.
- Tener siempre en cuenta el enfrentamiento entre Jugador/ Personaje y entre Claridad / Confusión.
- Debe crear la ilusión de que el jugador está controlando la historia.

9 SOTOMAYOR, S. *Literatura, sociedad, educación: Las adaptaciones literarias*, p. 217-238.

10 BELINCHÓN, G. *El guion adaptado: de la hoja de libro al fotograma*, 2017.

- Tener siempre en cuenta quién sabe qué y cuándo.
- Dicotomía entre Nuevo / Tú. Todas las historias ya han sido contadas, así que hay que introducir experiencias reales para contaminarla de tu propia personalidad.
- En el primer borrador sólo hay que generar una buena estructura y escribir realmente los sentimientos, sin detenerse en la forma. En el segundo borrador, se recorta el 10% del borrador anterior.
- Actuar los diálogos. Si suena raro, no existe.
- Respetar a la audiencia. Esto quiere decir que no hay que repetirle las cosas, no hay que dirigir sus sentimientos, sino provocarlos. El respeto es uno de los puntos más importantes a la hora de escribir el guión de un videojuego (y sirve para otros medios, como películas, etc.), pero no sólo sirve para que ésta no se aburra, sino que tiene un efecto que va aún más allá del entretenimiento, y es la felicidad que se consigue al lograr algo por uno mismo, la satisfacción consigo mismo. Una sencilla estrategia sería dejar que la audiencia misma rellene los huecos que faltan. En lugar de escribir " $2+2=4$ ", se debe escribir " $2+2=$ " y nunca mostrar el 4, nunca mencionarlo. Al no decirlo, pero asumirlo para continuar por el 5, el momento de mostrar el 5 o las consecuencias del 4, da a la audiencia el dulce sabor de la dopamina.
- Esto sirve para todas las narrativas, pero los niveles de adición en este juego en concreto no tienen que ver con una interacción real, sino con la ilusión de dicha interacción.
- Al quedarse atrapado, hay que preguntarse posibilidades del tipo "¿y si...?" o "¿y por qué no...?".

El archivo de Twine está disponible en el Anexo V.

5. MECÁNICA

Al contrario de lo que puede pasar en otros juegos como *Basara* o *Flas-back*, cuya estructura es rizomática, el objetivo del juego determina la mecánica del mismo¹¹.

Angelique (1994), sentó las bases de una mecánica que a día de hoy sigue funcionando en este tipo de juegos: la jugadora irá aumentando los puntos de "amor" conversando con el personaje que más le interese. En *Angelique*, cuando el contador llega al 90%, el personaje masculino confiesa su amor y la jugadora debe decidir si quiere aceptarlo.

La mecánica en un juego de este tipo no busca por encima de todo la jugabilidad del usuario, como puede pasar en un plataformas 2D o en un juego de lucha, sino que pueden considerarse simplemente novelas interactivas. Se parece a los librojuegos de *Elige tu propia aventura*, publicados del 78 hasta mediados de los 90, donde el lector va eligiendo diferentes opciones que lo llevan a continuar la historia por páginas diferentes.

La calidad de imagen es también de vital importancia.

Primeramente, el usuario es principalmente lector del juego. El tipo de letra y el tamaño es tan importante como poder aquilatar la historia sin comprometer la calidad literaria.

En segundo lugar, debido precisamente a esta escasez de efectos animados, las imágenes fijas permanecerán en la pantalla durante largo tiempo, de modo que el usuario podrá observarlas detenidamente el tiempo que requiera. Deberán por ello ser de altísima calidad tanto estética como técnica. Para que una mecánica tan sencilla no pueda perder fluidez, se usará un programa especialmente diseñado para este tipo de juegos.

5.1. Estrategia amorosa

A simple vista, lo que plantea este tipo de juegos por su naturaleza es que las mujeres pueden poner el objetivo del amor romántico por encima de sus objetivos principales en la vida. Pero la plataforma en sí y el hecho de que sea un juego, descarta la hegemonía patriarcal.

El "verdadero amor" en un sistema con varios finales está lejos de ser singular o absoluto; consecuentemente, la jugadora puede experimentar selectivamente con otras posibilidades, algo imposible en los textos confinados y narrativamente lineales de los medios no interactivos¹².

"En esto residía el atractivo de Angelique: permitir que las jugadoras se identifiquen y jueguen con una mujer con una estructura de género bien definida, adaptada

11 La estructura de un juego otome no es rizomática: no se crea un juego plataformas o un juego de lucha cuyo tema puede variar pero, independientemente del ambiente del juego, su historia o el objetivo final, la mecánica siempre va a ser plataforma o combates. En el caso de los juegos otome es la necesidad de conocer a los personajes y pasar tiempo con ellos para acabar con el elegido el que determina que el juego contenga las conversaciones y se juegue a modo de novela visual, o simplemente, novela.

12 KIIM, H. *Women's Games in Japan. Gendered Identity and Narrative Construction*, 2007.

perfectamente de la cultura pop femenina, y aun así poder salirse de las fantasías románticas y los deseos que en los medios no interactivos sólo podían imaginar."¹³ (Newman, 2004)

Propongo el término "estrategia amorosa" como localización y adaptación de este género al mercado español. Las razones son principalmente tres:

1º. La poca cercanía al público general que puede conllevar un neologismo. El peligro de los neologismos precisamente es que, aunque algunos llegan a calar e incluso son domesticados posteriormente por el idioma de acogida, la gran mayoría no pasan de ser modas, rechazados por otros nichos o directamente por el choque generacional.

2º. Se trata de juegos de estrategia.

3º. Normalizar y luchar por el espacio de las jugadoras.

5.2. Inversión emocional

No es fácil encontrar una definición científica apropiada para el término "inversión emocional". La emoción es un concepto abstracto y muchas definiciones explican el efecto, no la descripción: cuando una persona invierte emocionalmente en algo o alguien, significa que se preocupa por ese objeto hasta ser vulnerable de sentirte herida por ello. A mayor grado de inversión, mayor grado de vulnerabilidad.

En una visión muy simple de los videojuegos narrativos, la inversión emocional se puede comparar con la de los espectadores de una película, cuyo estudio es precedente al de los videojuegos. Está psicológicamente conectada con la parte del cerebro donde se almacena la empatía y un buen director de cine puede controlar esos grados de llamada a las emociones.

El tiempo que un usuario dedica a jugar a un juego o toda la cultura *fandom* son pruebas físicas de esta inversión emocional (fanfics, fanart, foros de usuarios, comunidades, *doujinshis*, etc.). La inversión económica que los desarrolladores dedican a mantener y crear una comunidad estable también son pruebas de la importancia de esta inversión emocional. El motivo principal es que toda inversión emocional da como resultado el compromiso. Junto con el compromiso vienen la lealtad, la inversión económica y la recomendación para el disfrute de los demás.

Craig Detweiller señala que una de las formas que tienen las personas de interactuar con las películas y los videojuegos es a través del nivel de implicación emocional en ellos, y esta inversión emocional da pistas sobre el nivel de interactividad permitida en cada medio¹⁴. Dependiendo de la mecánica del juego también varía el nivel de interactividad: no todas las películas ni todos los géneros permiten el mismo nivel de interactividad o emoción.

Nos interesa conseguir un nivel de compromiso lo suficientemente alto

13 NEWMAN, J., 2004.

14 DETWEILER, C. *Halos and Avatars: Playing Video Games with God*, p. 56.



Fig. 7. Fotograma de *Death Stranding* (en producción). (C) Kojima Productions y Guerrilla Games.

como para que la usuaria llegue hasta el final del juego, como mínimo. ¿Cómo podemos conseguir este compromiso que podría llevar a inversiones secundarias?

Autores de todas las ramas, lectores y jugadores opinan que la inversión del público es directamente proporcional a la inversión emocional del creador. Si partimos de un 100% en inversión creativa, nos queda la experiencia del usuario o UX; es decir, la emoción, la atención, la diversión, los atributos relacionados con la experiencia cognitiva y emocional del jugador. Desde nuestro lugar usaremos elementos del diseño que contribuyan a la generación de experiencias emocionales.

Christopher Chinn, creador de contenidos multimedia, nos enumera los siguientes:

- Coordinar los elementos centrándonos en la historia.
- Hacer los NPC (personajes no jugables) y las situaciones flexibles.
- No construir líneas basadas en IF-THEN que lo único que consiguen es evitar que el protagonista pueda ser un protagonista¹⁵. Se incluyen las interacciones con personajes, que es la base del juego que nos ocupa:
 - Hablar con personajes amigos para saber más de ti y de ellos, hasta el punto de que realmente te preocupes por ese personaje por motivos propios (porque te ha convencido).
 - Hablar con personajes enemigos para saber los extremos sobre ti y sobre ellos. Como bien explica Chinn, "Batman y el Joker pegándose puñetazos no resulta tan interesante como Batman y el Joker teniendo una conversación".¹⁶
 - El contexto. En esto coinciden todos los usuarios que además son desarrolladores de videojuegos. Un contexto bien establecido, un buen *lore*, que permita indagar en el mundo donde se encuentra el jugador hasta que éste desee es esencial. No solo tiene capacidad para convencernos de que todo es real, sino que deja ver la inversión emocional de los artistas y desarrolladores.

Por último, para una novela visual utilizaremos las técnicas de una novela tradicional, ayudándonos con las partes visuales que es la atracción que la jugadora pueda sentir por los personajes (a través del aspecto visual y conversacional).

Cabe aquí otra lectura: generar un producto que atraiga al público femenino. En esta sección debía mencionar las normas de diseño de videojuegos de la llamada Biblia del diseñador: *The Art of Game Design: A Book of Lenses*, de Jesse Schell. Su metodología es dividir los "juegos para hombres" de los "juegos para mujeres", cayendo en tópicos como "a las mujeres les gusta cuidar de los bebés" o "las mujeres tienen menos concepto espacial", mientras que "los hombres no leen las instrucciones"¹⁷. Y se lamenta al final de que es la tecnología que se usa ahora la que no atrae a las mujeres a los videojuegos.

15 CHINN, C. *Emotional Investment Techniques*, 2015.

16 *Ibid.*

17 SCHELL, J. *The Art of Game Design: A Book of Lenses*, p. 132.

Es un texto de 2008 y pasa por alto todas las razones por las que a las mujeres les "gusta jugar con muñecas", pasa por alto el marketing, la presión social y el rechazo en las comunidades de jugadores y en la propia industria. Por esta razón creo que esa división, gracias a las teorías de género, está obsoleta y no corresponde con un buen diseño de videojuego. Schell divide todo el espectro humano en la diferencia sexual, sin tener en cuenta la sociedad, los múltiples espectros hormonales, las teorías de género y sin realizar un estudio empírico sobre casos reales.

Los juegos a partir de los años ochenta fueron un producto publicitado y orientado al público masculino. Entonces, ¿por qué juegan las chicas?

La inversión emocional es un factor clave tanto de este tipo de juegos como de la implicación y la motivación femenina en la actividad de jugar a videojuegos. De antemano, una jugadora se implica más que un jugador masculino. La razón es tan sencilla como que no es tan fácil ser jugadora como jugador: las jugadoras habituales están, en comparación, más motivadas que los jugadores masculinos. La explicación para este fenómeno puede encontrarse en el estereotipo de que los juegos digitales son "juguetes para chicos". Consecuentemente, se puede decir que las mujeres se enfrentan a más impedimentos para comprometerse con los videojuegos. En otras palabras, su motivación para jugar necesita ser mayor que su asunción de que los videojuegos son para hombres.¹⁸

18 VAN LOOY, J., COURTOIS, C. y VERMEULEN, L. *Why Girls Play Digital Games: an Empirical Study into the Relations between Gender, Motivations and Genre*, 2011.

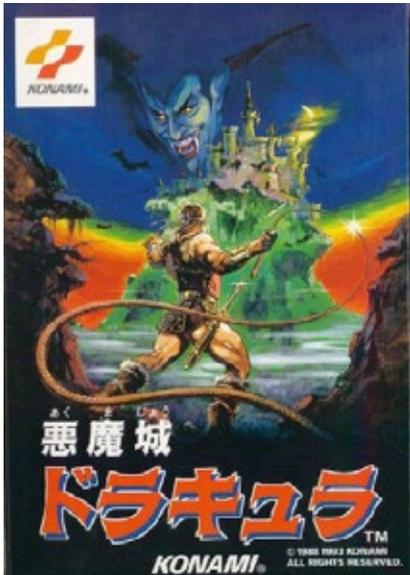


Fig. 8. *Akumajo Dracula / Castlevania* (1986). Konami.

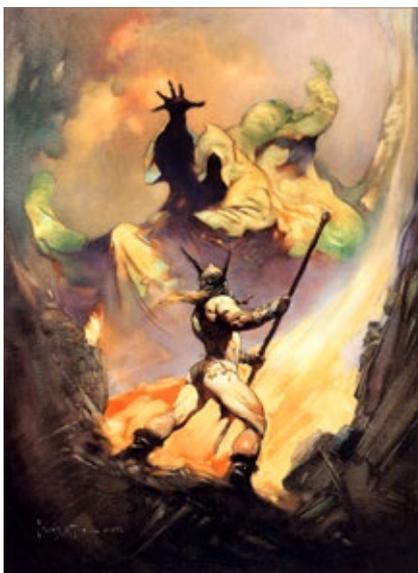


Fig. 9. *The Norseman*. Frank Frazetta, 1972.

VI. DESARROLLO VISUAL

1. REFERENCIAS ESTÉTICAS

La historia del arte en los videojuegos no es la misma que la historia de los videojuegos como arte. Aunque se produzcan hoy día más videojuegos que películas, sigue siendo un arte menor. Sin embargo, el arte siempre ha tenido que estar presente en todos los videojuegos, puesto que la única forma que tiene el usuario de recibir información del juego es a través de las imágenes en la pantalla.

A la hora de elegir una estética para este juego se planteó el gran problema de elegir un bando, un *statement* que dominaría no sólo el estilo del juego, sino que lo encaminaría decididamente hacia un público u hacia otro.

Cuando los japoneses comenzaron a vender *La leyenda de Zelda* y *Super Mario* en EEUU a principios de los años 80, ambos tenían a personajes occidentalizados. El éxito de ambos hizo que al lanzar otro juego plataformas usaran elementos que eran propios de la cultura occidental: *Kid Icarus* era un canto a la mitología griega combinado con ángeles cristianos. *Castlevania* tomaban como referencia directa a la fantasía occidental, en este caso la ilustración *The Norseman*, de Frank Frazetta, para la propia portada (fig.).

En los 80 comenzaron a insertarse grandes escenas de animación para rellenar los tiempos de carga o para fines narrativos, como las de *Dragon's Lair* (1983) o *Space Ace*. A medida que avanzaban las máquinas hacia los 16 bits, cada vez se fueron necesitando más ilustradores y animadores en la industria del videojuego. En *Fire Emblem* (Nintendo NES, 1990), los animadores venían de la burbujeante y establecida industria del anime y el juego adoptó el estilo de anime que ha sido característico de la franquicia hasta el día de hoy.¹⁹

Sin embargo, la historia de los *otome* es distinta. Paralelamente, los personajes de los videojuegos de simulación de citas para chicas tomaban como referente y estaban fuertemente influenciados, tanto en la trama como en la estética, por el *shojo* manga de los años 70. La diseñadora de personajes y directora de arte de *Angelique* era Kairi Yura, era ilustradora y creadora de *shojo* manga, y creó una versión manga del videojuego.

Las imágenes y el romance fantásticos e idealizados del *shojo* estaban considerablemente establecidos y constituían un terreno en el que las chicas familiarizadas con el *shojo* se sentirían sin duda seguras y más dispuestas a entrar en el medio de los juegos digitales. (Tanizaki, 1995)²⁰

A la diseñadora le pidieron entonces que dibujara a la protagonista como si fuera Candy Candy. Como vemos en la fig. , a parte de la paleta de colores, la alegría de la expresión, el cabello claro, la pureza y la luz acaban de asentar la imagen de la inocente doncella protagonista.

Es posible que el manga y el anime tomen como referencia al videojuego,

19 DOMENECH, A. *La importancia de la animación en la historia del videojuego*, 2016.

20 TANIZAKI, N. *The Angelique Memorial Book*, 1995.



Fig. 10. Imagen superior: Candy Candy, personaje creado por Yumiko Igarashi en 1975.

Fig. 11. Inferior: protagonista de *Angelique* por Kairi Yura en 1994.



Fig. 12. Página de *MW*, inspirada por Aubrey Beardsley. Osamu Tezuka, 1976.

pero en esos casos podría reescribirse una tesis diferente comenzando por la doble dirección de las influencias de la cultura del entretenimiento.

Para la novela visual que nos ocupa, tomé como referencias en principio los grandes ilustradores de la historia del arte en Europa, pero, además, incluí a tres artistas del legendario Grupo del 24, las autoras exquisitas que sentaron las bases del *shojo*²¹ :

- William Blake (1757-1827): Pintor, poeta y escritor inglés del Romanticismo. Además de sus colores al agua y su simbolismo, lo que pretendía usar de él eran las composiciones centradas, armónicas y perfectamente estudiadas para conseguir el dramatismo, el cual coloca por delante de normas anatómicas y naturalismo. En principio se pensaba usar esta paleta de colores, pues el juego sería en blanco y negro o en tonalidades delicadas y muy aguadas sobre negro como las de Blake, haciendo que predomine la línea sobre el color. A medida que ha avanzado el proyecto la paleta de colores ha cambiado drásticamente, aunque se ha mantenido en algunos tonos de piel, y se ha intentado mantener la importancia de la línea.

- John Bauer (1882-1918): El legado de este gran ilustrador (y pintor) sueco de la primera época dorada de la ilustración es innegable, y su influencia continúa hoy día. Es tan obvia la escuela que creó que pudo haber llegado un punto en el siglo XX donde la norma para las ilustraciones de cuentos dictaban que debían parecerse a las que hizo Bauer. De nuevo, la paleta que se buscaba en un principio para esta novela visual era perfecta en Bauer, dando prioridad a las líneas con colores apagados, neutros o mudos.

- Aubrey Beardsley (1872-1898): Fue Beardsley junto con Harry Clarke quienes hicieron que quisiera hacer la novela visual en blanco y negro en un principio. Mi admiración por las autoras que bebían de estos dos autores decadentes hizo que me remontase a ellos. Se le engloba en el grupo de los Decadentes, centrados en los conflictos internos del ser humano pero abordados con desesperanza y escudándose en artificialidad y elementos creados por el ser humano (en contraste con los autores cuyos elementos se basan en la naturaleza). El artificio extremo (que lleva hasta la propia composición dejando grandes manchas blancas y negras) el maquillaje, las joyas y la extrema elegancia están presentes en la composición y decoración de Beardsley. Destacan la postura antinatural de las figuras y la sofisticación de sus líneas, además del gusto por personajes andróginos (influencia de los prerrafaelitas) y estilizados. Este estilo volvió de la mano del shojo de los años 70 y fue adaptado al anime. En las ilustraciones de este TFG se verá la fuerte influencia del anime de los años 70 y 80 en el diseño de los personajes.

- Harry Clarke (1889-1931): Hay quien lo reclama como el mejor ilustrador irlandés de todos los tiempos, o también el mejor ilustrador post-Beardsley. Se engloba con los modernistas y los decadentes. Como en

21 Algunos de los nombres de este grupo son Moto Haigo, Keiko Takemiya, Yumiko Oshima, Yasuko Aoike, Riyoko Ikeda, Ryoko Yamagishi, Minoru Kimura, Nanae Sasaya y Mineko Yamada.



Fig. 13. Ilustración para *Cinderella*.
Harry Clarke, 1922.



Fig. 14. *Hi Izuru Tokoro no Tenshi*.
Ryoko Yamagishi, 1980.



Fig. 15. *La Rosa de Versalles*. Riyoko Ikeda, 1972.

Beardsley, sus estilizadas figuras se retuercen dramática pero elegantemente. Su "modernidad" y su influencia es bien evidente en las autoras del grupo del 24, como se podrá ver, y se extiende hasta hoy mismo, donde podemos ver a Clarke claramente en Moyoko Anno o el arte conceptual de *Dragon Age* (de este último se hablará en el apartado de Desarrollo visual). En esta línea de modernidad y correspondencia con el manga encontramos, como en Beardsley, grandes espacios en blanco o la ausencia de fondos, recurso al que llegó el manga moderno no sabemos si por referencia o por investigación propia.

- Autoras del grupo del 24:

Este grupo de mujeres revolucionaron la estética y la narrativa del manga. Su importancia es fundamental para entender la cultura de las chicas en Japón y del shojo. Casi todas ellas nacieron alrededor del año 1949 (año 24 de la era Showa, de ahí su nombre) y se criaron con la tradición shojo de los años cincuenta, influenciada por Macoto Takahashi, Yumeji Takehisa y Jun'ichi Nakahara, tres ilustradores que seguían la tradición que había quedado de la cultura shojo de antes de la guerra, una mezcla estética de *nihonga* y *Art nouveau* o modernismo europeo. A partir de los años setenta las mujeres entraron de lleno en el proceso de creación del género hasta el punto de que el shojo dejó de caracterizarse solo por sus lectoras femeninas, sino que igual de característico sería su autoría femenina. Esta fue también una revolución formal: la estructura tradicional de cuadros herméticos se rompe por todas partes por el bien de la expresión de los sentimientos. Los fondos a veces desaparecen, o son sustituidos por flores, burbujas, galaxias, los marcos suelen ser más irregulares que regulares, creando varias capas y componiendo así un mundo tridimensional, de múltiples perspectivas, de sentimientos encontrados, de irrealidades. Estas autoras rompieron todos los convencionalismos antiguos del manga y del cómic para sacarnos del mundo real y presentarnos el mundo interior o profundidad emocional, como describe Shamoons²².

Ryoko Yamagishi, Riyoko Ikeda y Yasuko Aoike son las que más han influido en mi forma de dibujar líneas en las "caricaturas". Yamagishi es fiel a la tradición *nihonga* de los biombos pero la combina con la influencia de Beardsley.

Ikeda es la más destacada de todas, en parte gracias a *La Rosa de Versalles*, un clásico que perdura en el mundo del manga, del anime, de los videojuegos, los cosméticos y en la obra de Takarazuka. No solo estéticamente ayudó a crear esta nueva gramática visual, y un barroquismo saturadísimo y embriagador, sino que la profundidad de sus personajes marcaron a generaciones enteras de seguidoras.

Yasuko Aoike también tenía una forma muy vistosa de realizar a sus personajes, pero lo que nos llama la atención de ella es que sí tuvo afán por occidentalizarlos contando historias sobre Europa y Occidente. Al situarse esta historia de Mar Hernández en la tradición fantástica occidental, tomé a Aoike de referencia en la búsqueda de un estilo firme y bien definido.

El *moodboard* inicial incluía a todos ellos:

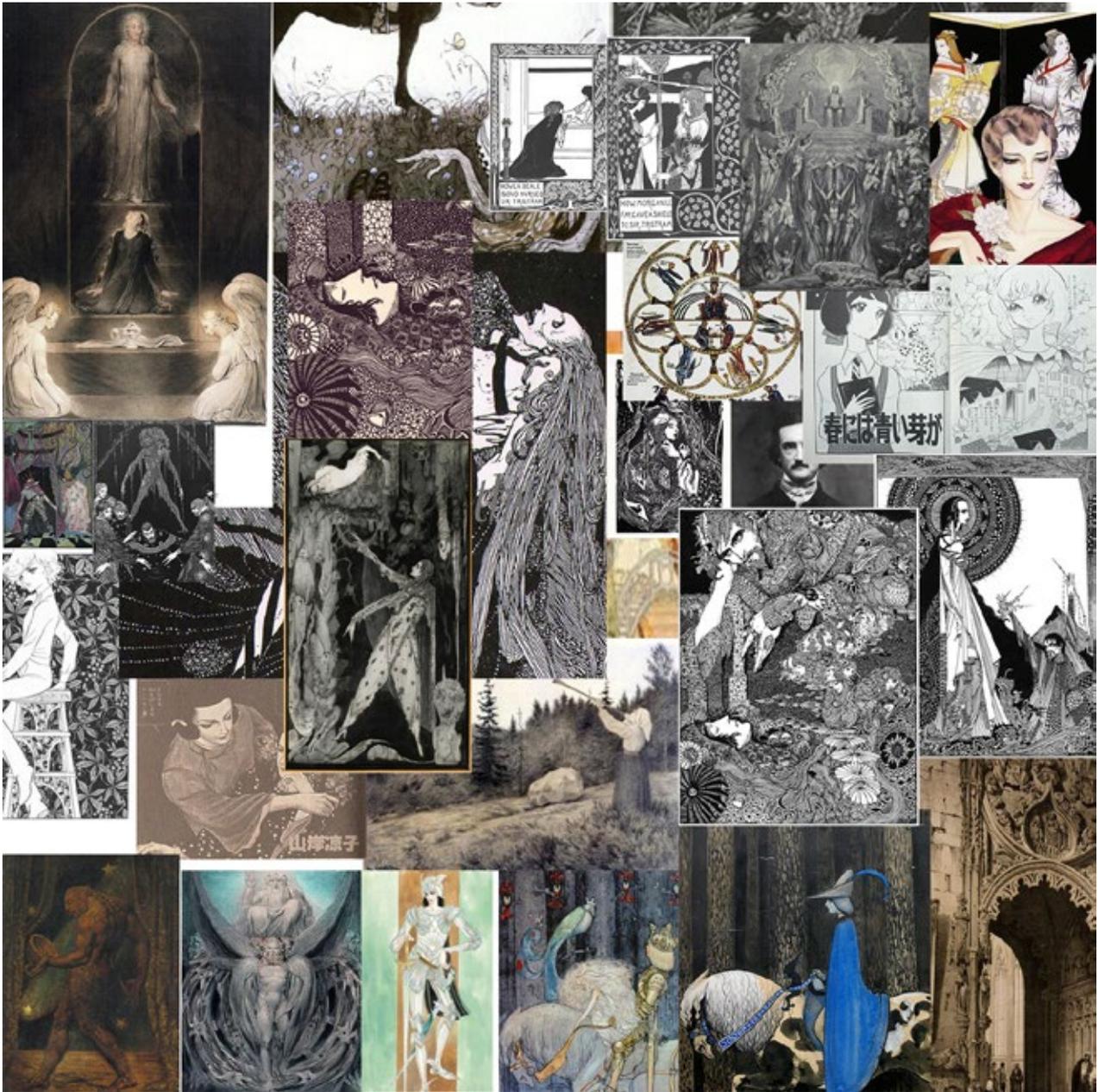


Fig. 16. *Moodboard* general



Fig. 17. Macoto Takahashi, años 60.



Fig. 18. *Thoma no Shinzo* / El corazón de Thomas. Moto Haigo, 1974.

2. PERSONAJES

2.1. La importancia del diseño de los personajes

Norihisa Kochiwa, director de desarrollo de Idea Factory, señala lo siguiente:

El diseño de los personajes es el aspecto más importante de los *otome game*, así que una buena porción del tiempo de producción se dedica a diseñar cuidadosamente los personajes de cada título. La apariencia del personaje debe ser espectacular, y ese es un principio absoluto al considerar las bases del diseño. En la siguiente fase solemos tomar decisiones sobre el personaje basándonos en lo que separa a su aspecto de su personalidad y en cómo se irá desarrollando su historia dentro del juego.²³

Si no fuera por el diseño de los personajes, una novela visual *otome* podría dejar de simplemente en novela. El diseño de los mismos, como se ha dicho, es una parte esencial del proyecto, ya que carga con dos grandes responsabilidades: una buena parte de la inversión emocional del usuario y las ventas.

Asignar tanta responsabilidad al diseño de los personajes hizo que esta parte del proyecto fuera la que más tiempo ocupó, gestándose durante más de un año, consultando a fuentes expertas sobre la evolución de los diseños y finalmente tomando una solución que no habría sido posible sin la historia previa de aciertos, consultas y determinaciones.

Primeramente, era necesario determinar qué personajes encontramos en el nicho *otome* y qué códigos estéticos utilizan para comunicarse con su audiencia. A continuación, se crean una serie de personajes capaces de comunicarse en ese código. Por último se adapta ese código a la idea original del *moodboard* intentando separarse del nicho para ampliar la demanda y también crear un producto completamente autónomo.

2.2. Morfologías en el nicho *otome*

La mayoría de los personajes que nos encontramos en estos juegos poseen un tipo de personalidad preestablecida, asociada a unos elementos estéticos determinados, de modo que la jugadora sepa algo de la personalidad del personaje *a priori*. Esta técnica no solo permite transmitir mediante una imagen diálogos completos que pueden suprimirse, dando más dinamismo al videojuego, sino que además puede jugar con las emociones preconcebidas del usuario hacia el personaje y dar giros y sorpresas durante la historia. Por supuesto hay tantos tipos como complejidad se le quiera añadir a la historia pero también como personalidades hay en el mundo real, por este motivo la descripción de las tipologías se hará siguiendo la descripción de los rasgos faciales; empezando por los ojos, que, en el manga, también son "el espejo del alma".



Fig. 19. Arriba Kanato, y abajo, Ayato Sakamaki, personajes inocente y maléfico de *Diabolik Lovers* (2012). Rejet/Idea Factory.



Fig. 20. Dilandau (arriba) y Van Fanel (abajo). *Escaflowne The Movie: A Girl in Gaea*. Sunrise y Studio Bones, 2000.

2.2.1. Ojos:

Se ha querido hacer hincapié en este rasgo por ser una perspectiva puramente occidental el hecho de fijarse en los ojos de los diseños japoneses como rasgo distintivo. La concepción errónea de que los autores japoneses "occidentalizan" a sus personajes otorgándoles ojos grandes no es más que un punto de vista occidental que dice más de la racialidad con que los occidentales ven a los ojos de los japoneses. Un lector/autor de manga criado en Japón, no verá los ojos grandes como raza, sino que sirve para diferenciar unos personajes de otros.

Unos ojos grandes denotan inocencia. Un chico con los ojos grandes en un *otome game*, es inocente, guapo en el sentido angelical, *naïve*. Suele ser el protagonista o el mejor amigo del protagonista en un manga *shonen*. Es fiel a sus ideas, tiene un gran sentido de la justicia y un gran corazón. Es un poco tímido con las mujeres por su castidad y pureza.

Unos ojos grandes acompañados de unas pupilas e iris que cubren más que el blanco dan sinceridad y pulcritud al personaje, lo hacen una persona con sentimientos. En la vida real se cree que también hay un aumento del tamaño de las pupilas en situaciones de emoción.²⁴

El hecho de que en situaciones de estrés las pupilas se contraigan se puede ver siempre en un personaje siniestro con algún tipo de locura, o un sociópata, o un personaje peligroso por estar fuera del control de sí mismo, o simplemente un personaje *yandere* (dulce por fuera, pero agresivo y terrorífico por dentro), que está tan cegado por el amor que está loco. En este tipo de personajes, la contracción de las pupilas por su locura es mucho más frecuente que en un inocente protagonista de pupilas grandes.

Siguiendo este código comunicativo, en los primeros bocetos de los personajes hay uno inocente y puro en contraste y otro poseído por el fanatismo religioso:



Fig. 21. Bocetos.

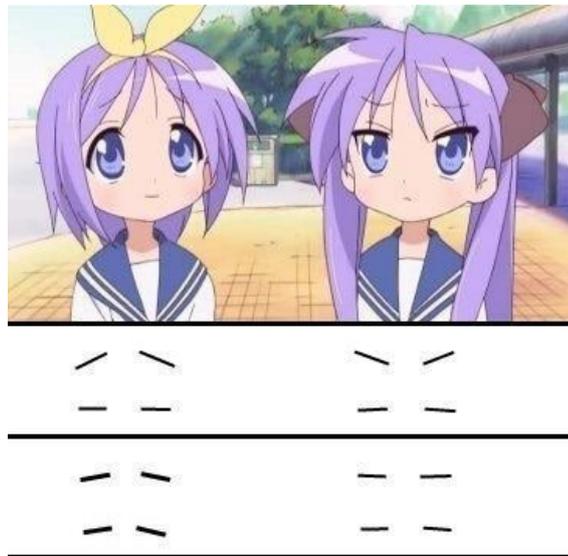
El código de la forma de los ojos sin embargo es lo que más suele llamar

24 DUQUE, A. y VÁZQUEZ, C. *Implicaciones clínicas del uso del tamaño pupilar como indicador de actividad psicológica: una breve revisión*, 2013.



Fig. 22. *Mystic Messenger* (2016) Cheritz.

Fig. 23. Derecha. Imagen de Anime Animo usando captura de *Lucky Star*. Kyoto Animation, 2007.



la atención a las personas que ven anime por primera vez. Aunque cada diseñador tenga unos ojos específicos que son su firma, todos aplican el mismo código para que sea fácil de comprender. Cuando el código no está claro, da lugar a personajes ambiguos y precisamente jugar con esta ambigüedad es una de las claves del *otome*. Es importante conocer los códigos para poder romperlos, al igual que la jugadora de *otome* conoce culturalmente todos los códigos que van a definir a un personaje y sentirá curiosidad por desvelar las ambigüedades.

El ángulo de los ojos, por ejemplo, es uno de los rasgos más perceptibles. Nos indica la fuerza de voluntad del personaje y también su grado de determinación (hasta la tozudez). El personaje de la derecha es más impulsivo y agresivo que el de la izquierda. Las formas de la izquierda suelen describir un personaje más dócil y agradable, inocente o fácilmente impresionable.

Las formas de la derecha son las típicas de personajes cínicos, despiertos, fácilmente irritables, potencialmente agresivos, pero también sexy y misteriosos. Es la forma que más abunda en los juegos *otome*. Los personajes más adultos son más sabios, pero también esconden más, así que sus ojos son alargados y rectos.

La posición que ocupan los ojos en el rostro habla de la madurez: cuanto más altos están los ojos, más adulto es el personaje (ver imágenes de *Mystic Messenger*, a la izquierda).

Hay más variables, como las pestañas. Unos ojos tradicionalmente femeninos o masculinos, por ejemplo, pueden aplicarse a personajes masculinos o femeninos indistintamente, para hacer más bellos e inocentes a los personajes masculinos, por ejemplo. Un personaje con pestañas más elaboradas dice del mismo que cuida su imagen o se maquilla.

Cada uno de los diseños de esta tipología debe contener un abanico de expresiones a través de las cuales se transmitan las emociones al usuario.

Otro ejemplo de los tipos de ojos y su personalidad es este ejercicio que



Fig. 24. Formas de ojos por la usuaria de *Deviantart* Ingrid Sales Pinheiro. ©2011-2017 IngridPin

Fig. 25. Arquetipos de personajes masculinos. @00shima222.

hicieron los usuarios de Twitter:

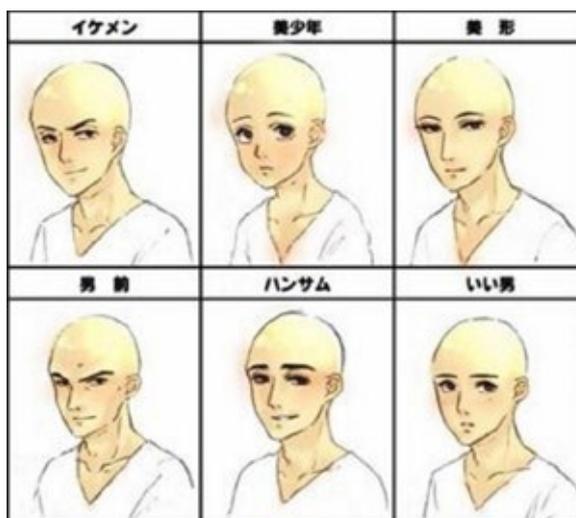
La imagen pertenece al usuario @00shima222, y se lee de la siguiente manera:

Ikemen: hombre guaperas atlético y sexual.
Bishounen: chico guapo, resultón.
Bikei: un hombre de formas bellas (como la estética June)



Otokomae: hombre atractivo y muy masculino.
Handsome: guaperas porque cuida su apariencia, algo narcisista.
Ii otoko: un buen tipo, más bohemio y tranquilo.

Fig. 26. Arquetipos de personajes masculinos. @doku2_2.



Si nos centramos solo en los ojos, también pueden reconocerse, como ejemplifica el usuario @doku2_2.

Por último, mencionar el apunte de Deborah Shamoan sobre los ojos del protagonista: los ojos más grandes sirven para identificar al protagonista y anima al lector a identificarse con él o con ella²⁵.

2.2.2. Cuerpo "femenino":

El cuerpo del *bishonen*, del chico guapo, ha sido tradicionalmente "femenino". En este punto explicaremos las comillas, pues en realidad no son "femeninos", sino ambiguos.

Para explicar por qué es necesario remontarse a los años veinte en un Japón en el que las chicas de clase media residentes en ciudades consumían una cultura creada por y para ellas en su mundo homosocial donde todas las



Fig. 27. Portada de Junichi Nakahara para el número de diciembre de *Shōjo no tomo*, 1939.

25 SHAMOON, D. *Passionate Friendship: The Aesthetics of Girls' Culture in Japan*, pp. 131-135.

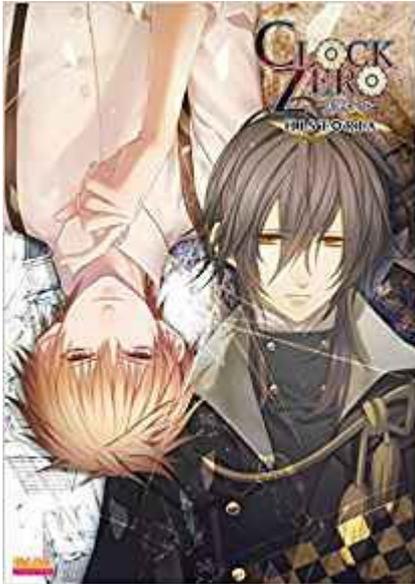


Fig. 28. *CLOCK ZERO ~ Shuuen no Ichibyō* (2010). Idea Factory .



Fig. 29. Lucy, el chico que vive en Akihabara. *Tokyo Yamanote Boys* (2017) Rejet.



Fig. 30. *La Rosa de Versalles*. Riyoko Ikeda. Shueisha, 1973.

personas con las que se relacionaban eran mujeres. Una cultura influenciada por la moda y la ilustración europeas de los años 20 (véanse las referencias a autores de la edad de oro de la ilustración europea en el apartado Referencias), que dio como resultado una estética propia en la que dominaba la ilustración lírica, diseñada para destacar las emociones por encima de las acciones²⁶. De la época anterior a la guerra fueron modelos de referencia ilustradores como Jun'ichi Nakahara, cuya tradición siguió Macoto Takahashi en los años 50. Nakahara bebía directamente de la languidez, los motivos florales, y la composición del Art Nouveau europeo (en el cual, a su vez, aflúa el Japonismo). Sus ilustraciones reflejaban además el amor puro e inocente entre dos chicas, la relación homosocial llamada "S" como se ha hablado anteriormente al explicar su evolución hacia el *yaoi*, que era el ideal de amor en el mundo de las escuelas segregadas de la era Meiji. Y muy importante es la semejanza entre los personajes, el que fueran "iguales entre sí". Esta igualdad en mangas más modernos la ejemplifica Shamoou cuando compara el aspecto físico de Oscar (la heroína) y André (su verdadero amor) en *La Rosa de Versalles*. Ambos personajes se parecen físicamente más cuanto más cercana es su relación.²⁷ La neutralidad del género que viene dada por el aspecto físico de los personajes da seguridad y pureza al amor, al no haber un "depredador". Esto explica la preferencia por relaciones homosexuales al no estar estas encadenadas a las relaciones tóxicas heteronormativas tradicionales, donde no existe la igualdad. Otro motivo por el que el cuerpo de los hombres es lánguido, esbelto, y "femenino" es porque las lectoras tienen que verse reflejadas (ellas o su cuerpo anhelado) en ellos. Midori Matsui indica que la apariencia femenina de los chicos, sus cuerpos ectomórficos y sus cabellos largos ondeando al viento, invitan a la lectora a identificarse con ellos²⁸.

No hablaremos aquí de la gramática de la novela visual shojo, que parte de la ilustración, y es el manga experimental que se convirtió en la norma y ha definido este género, pues aunque se puede apreciar en la disposición de los paneles en los videojuegos conversacionales japoneses en general, ya no es específico de los *otome*.

La idea del cuerpo en el *shojo*, en la cultura de las chicas, es que el cuerpo es andrógino, de la misma forma que el *shojo*, por definición, es de género ambiguo. Esta ambigüedad se manifiesta en el arte. Jennifer Ricard nos los compara con los personajes de los cómics de superhéroes americanos:

Los hombres son siempre de tipo Superman [...]. [Las mujeres] son voluptuosas y de grandes pechos, sin dejar ninguna duda de su sexo. [...] Los héroes del cómic americano raramente se desvían de lo que podríamos llamar los atributos sexualizados del cuerpo. [...] Pero en el shojo y cada vez más en el shonen [...] las

26 *Ibid.*

27 *Ibid.*

28 MATSUI, M. *Little girls were little boys: Displaced Femininity in the Representation of Homosexuality in Japanese Girls' Comics*, pp. 177-196.



Fig. 31. IKUHARA, K. (dir). *Shojo kakumei Utena adolescence Mokushiroku*. [película]. Japón: J.C. Staff, 1999.



Fig. 32. Ilustración no oficial de *Nier: Automata* (2017) por el diseñador de personajes Yuya Nagai. Platinum Games.

diferencias entre los sexos están mucho menos pronunciadas. (Ricard, 2005. pp. 5-6)

Tradicionalmente en el género *shojo*, los hombres más atractivos crean comentarios en la propia historia de ser más bellos que la heroína. Pero su belleza no es consecuencia de su aparente feminidad, sino precisamente de su ambigüedad física. Si bien las heroínas más adoradas del *shojo*, Utena y Oscar, disuelven las fronteras del género y a veces son confundidas con hombres, esto no pasa con los chicos. Los *bishonen* siempre son hombres, por muy "femeninos" que puedan parecer fuera de la cultura *shojo*.

Excepto un personaje que necesariamente debe parecer depredador con atributos "machos", todos los personajes de la novela visual que produzco en este Trabajo, son aparentemente ambiguos. En un manga *shojo* no son los atributos corpóreos lo que definen el sexo de los personajes.

2.3. El conflicto: Nicho vs amplificación. Influencias vs profesionalidad

Durante unos meses se apostó por una estética visual puramente anime, o puramente otome en el sentido tradicional, bebiendo directamente del más puro estilo japonés, las ilustraciones eran pop, anime, con brillos, violetas, rosas y blancos. El objetivo principal era llamar la atención.

Sin embargo, tras consultar a muchos expertos, entre los que destacamos a Enrique Corts, artista gráfico, productor y director de Super Awesome Hyper Dimensional Mega Team y a David Heras, Doctor en Bellas Artes, ilustrador y diseñador profesional, nos decidimos a volver la mirada a los ilustradores que habíamos tomado como referencia.

Tras un año de investigación, finalmente acudiendo a la Digital Art Conference Frankfurt y mostrando los diseños que tenía, se pudo llegar a una conclusión final: aunque el bagaje sea europeo, mis influencias personales a la ilustración Europea de la época dorada solo me han llegado y atraído por la influencia de mi propia época. Las influencias visuales que han marcado mi visión del mundo no han sido las europeas, ni debe ser una cultura geográfica la que marque necesariamente nuestra identidad personal o artística. ¿Por qué renegar de las verdaderas influencias sacrificándolas por un ideal geográfico? Esta hibridación, esta identidad "del otro", cada vez más común en nuestro mundo globalizado, no pude terminar de aceptarla hasta que no me explicaron que lo que estaba intentando hacer se acababa de poner en práctica por las manos maestras del equipo de *Dragon Age: Inquisition*: Matt Rhodes, Casper Konefal, Nick Thornborrow y Ramil Sunga.

Veamos algunas de las cartas de tarot diseñadas para la selección de personajes y compañeros del juego. Apreciaremos cómo la fusión entre ilustración moderna y tradición de principios de siglo (que a su vez guarda la misma decadencia que la ilustración gótica) se fusionan armónicamente creando un nuevo concepto vistoso y a la vez clásico e imperecedero.

Fig. 33. Matt Rhodes, Matt Rhodes, Casper Konefal, Nick Thornborrow y Ramil Sunga. Cartas de tarot para *Dragon Age: Inquisition* (2014). Bioware.



2.4. Diseño definitivo de los personajes

Para poder visualizar todos los pasos y una gran selección de ilustraciones y proceso de construcción de los personajes, puede consultarse el *art book* que acompaña esta memoria (Anexo II). Veremos aquí dos personajes principales: Roy y Lír Pergamón.

La solución final, como puede verse, pasó por tratar el cuerpo del personaje como una animación, para que fuera más efectivo el efecto de cambio de expresión. Sin embargo, se texturiza la armadura tratándola en principio como un patrón plano. El volumen viene dado por la luz y la sombra.

Las líneas de contorno, tanto en la ropa como en la carne, no se han estilizado ni vectorizado, sino que se han dejado las más acertadas, superpuestas unas con otras, intentando mantener un dinamismo de los bocetos que se puede perder al limpiar las líneas de contorno capa sobre capa. Ya que el juego no está animado, el movimiento tiene que poder conseguirse en las ilustraciones estáticas.

La imagen de la izquierda (fig. 33) presenta el diseño de Roy, el capitán de la División del Dragón Blanco. Es el personaje físicamente más corpulento y también el más masculino. Su piel es más oscura, además de la oscuridad de la noche (este personaje solo aparece en entornos exteriores, por la noche).

El cabello despeinado le da cierto dinamismo en comparación con otros personajes más hieráticos y escuetos. Es el primero con el que habla la protagonista y quien comentará y explicará a la jugadora la situación en la que se encuentra. Sin embargo, estará enfadado con la protagonista por su falta de disciplina. Pese al enfado, el iris cubrirá gran parte del blanco del ojo para darle bondad y confianza.

La boca es grande, propia del tipo bohemio, hablador, un poco bocazas y despreocupado y, en ocasiones, de clase media-baja.

Lír Pergamón: Mencionaba brevemente la influencia de la animación en los años 80 y la imagen de la derecha es muestra de ello. Este personaje debía



Fig. 34. Lidia Núñez. Roy. *Khali. Ataque en la Noche del Silencio*. 2017.



Fig 35. Richard Ashcroft, fotografía de Søren Solkær.



Fig. 36. Dos personajes de *Demon City Shinjuku* que son los mismos arquetipos que Pergamón y Roy. KAWAJIRI, Y. (dir., diseñador de p.) *Demon City Shinjuku*. [VHS]. Japón: Madhouse, 1988.

Fig. 37. Lidia Núñez. Lír Pergamón. *Khali. Ataque en la Noche del Silencio*. 2017.

tener el mismo rostro que Ashcroft, que es como una estrella de glam rock. Como modelo tomé al cantante Richard Ashcroft y seguí en la línea retro del propio cantante y de los diseños del anime clásico. Estas y otras referencias se pueden consultar en el *moodboard* que incluye el *art book* (Anexo II). Como manda la tradición, este personaje debe ser muy femenino (sería un *bikei*), con ojos alargados, nariz fina y largas pestañas. Es casto, bien cubierto hasta el cuello, de pelo fino y expresión grave, adicto al trabajo y parece que intenta no pensar en cosa diferentes a su misión en el ejército de la Hermandad de los Dragones. Durante la historia sabremos por qué tampoco puede vivir para nada más. Lo que rompe la consistencia con la línea shojo en este personaje (y que nos habla un poco de la personalidad de la protagonista) es que la heroína se siente atraída por él desde el principio de la historia. Normalmente el tipo de personaje de hombres más guapos, o andróginos, superan en experiencia a la protagonista y, aunque algunos acaben con ella, suelen tener un destino trágico o separado del pretendiente ideal, que suele ser una persona más igual a ella (más espontáneo, más hablador, ojos más grandes y la misma edad que la protagonista).





3. ENTORNOS

Aunque los entornos sean una de las partes más importantes de una novela gráfica porque crean parte de esa inmersión emocional de la que se hablaba anteriormente, no era el sujeto principal de este proyecto. Por lo tanto no se crearon análisis de diferentes usos de los fondos a través de la historia de los videojuegos y la tendencia en los *otome games* ha sido hacia el realismo: aunque podamos pensar que se imitan los fondos de los anime, en realidad la mayoría suelen ser realistas neutros, sin descartar usar fotografías retocadas como base. La técnica más usada por los *concept artists*, entre ellos Jorge Momparler, a cuyos seminarios pude asistir en dos ocasiones ²⁹, es el *photobashing*: se realizan bocetos en blanco y negro con formas simples (*thumbnails*) para luego proceder a detallarlos usando fotos reales para texturizar los colores.

En la fase de programación de este proyecto ayudó enormemente el ilustrador y compañero Carlos Mercé, que realizó el coloreado de los fondos con *photobashing* y creó desde cero todos los fondos para las conversaciones. Son propiedad de Carlos Mercé los siguientes fondos:

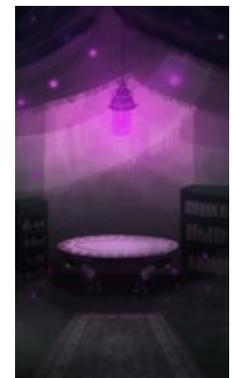
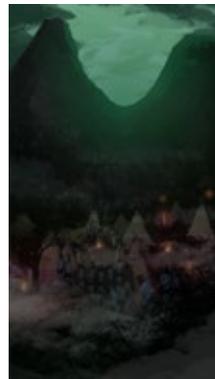
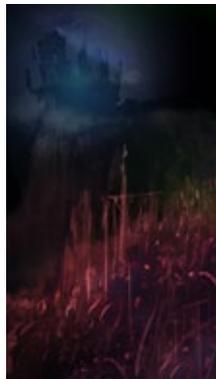


Fig. 38. Carlos Mercé. Fondos para *Kali. Ataque en la Noche del Silencio*, 2017.

29 Taller: Arte conceptual para escenarios. Valencia, 29 de octubre 2017 y Webinar Aula temática: Concept art: Diseñando personajes. 20 de abril 2017

VII. PROGRAMACIÓN

1. PROGRAMACIÓN CON TYRANO BUILDER

Fig. 39. Captura de pantalla del interfaz de Tyrano Builder.

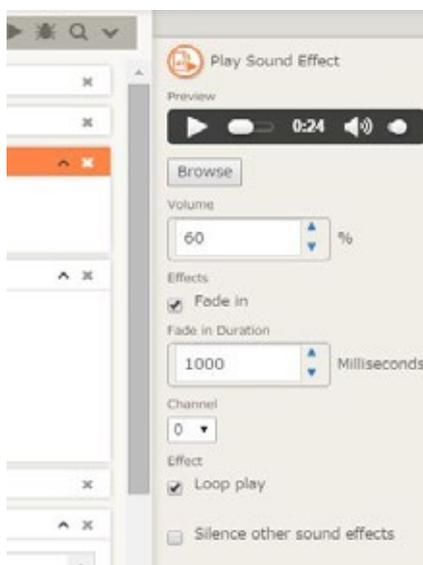


Fig. 40. Interfaz de Tyrano Builder (detalle).

Este formato tipo "elige tu propia aventura" podría hacerse directamente en html, pues es más cómodo e inmediato que pasar hacia delante y atrás las páginas de un libro y en dispositivos móviles puede reducirse todo al uso de un pulgar, que es lo que pretendemos en un principio. Descartamos esta opción puesto que el sonido, la animación, los elementos de interfaz de usuario y las estadísticas deben ser integradas perfectamente.

En las primeras fases de desarrollo se optó por utilizar el programa Tyrano Builder para la programación, mientras que la estructura del guión y el testeo de su consistencia se confeccionaron con Twine.

Tyrano Builder tiene una interfaz sencilla, fácil de manejar, completamente gráfica y en la que no se tiene que programar código. Su desventaja es que no permite visualizar a la vez varios hilos de historias. El usuario debe tener siempre a mano la historia y los enlaces en otro programa o sobre un papel para poder seguir los hilos. Al ser la primera versión traducida al inglés del japonés, aún daba problemas al cargar el juego en modo "play" (errores en el sonido). Lo que hizo que se decidiera dejar de usar este software fue sin embargo la imposibilidad de controlar el tamaño del personaje ni la posición en la pantalla. Se pretendía colocar en una posición satisfactoria pero el programa no lo permitía al estar muy restringido (por su fácil manejo). Esta necesidad de libertad o de control fue lo que nos convenció para usar Unity como motor e interfaz de programación.

2. PROGRAMACIÓN CON UNITY

2.1. Cradle para Unity

Plantear la historia con Twine (página 18) tenía otra ventaja: podía pasarse a Unity toda la historia tan sólo convirtiendo el archivo en javascript a Unity. Para ello, se usó el plug-in Cradle.

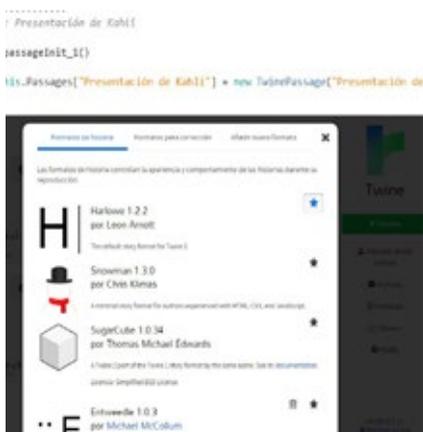
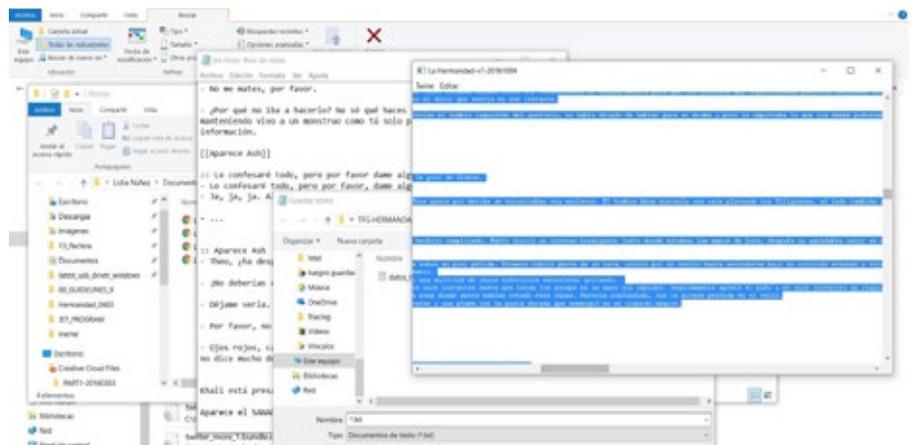


Fig. 41. Etapas de la conversión de Twine a Cradle y a Unity.

Fue un proceso lento y el resultado tardaba en conseguirse. No era un proceso automático al 100% y el programador debía revisar cada línea. Para cada diálogo debía realizarse una escena completa y, a pesar de la ayuda recibida por el Dr. Mañas en el Taller de Interacción y Videojuegos, se avanzaba demasiado despacio para lo que requerían las fechas de entrega y la propia practicidad de la herramienta.

Fig. 42. Captura de pantalla con las fases para convertir los archivos de Twine. Con Cradle para Unity solo la conversión del texto requería demasiados pasos intermedios.



La decisión final fue usar otro plug-in más potente y más recomendado, con una buena página en la que el desarrollador explica cómo se usa, una numerosa comunidad de usuarios, tutoriales y ejemplos de proyectos terminados. El plug-in con el que se realizó la programación se llama Fungus.

2.2. Fungus

Fig. 43. Interfaz de Unity usando Fungus.



Tengamos siempre en cuenta que todas las imágenes deben ser exportadas para poder ser leídas por el motor de juego que se utilizará en la programación. En este caso se decidió realizar mediante Unity.

Aunque el programa no nos permite ver qué estamos programando en cada momento (es decir, no podemos ver la escena sucediendo mientras escribimos el diálogo y los comandos), sí nos ofrece la posibilidad de confeccionar un diagrama de flujo. A partir del diagrama de flujo en Twine creamos

uno idéntico en Fungus dentro de Unity.

En la imagen superior (fig. 43) podemos ver el diálogo con las inserciones de personajes y sonido para cada casilla del diagrama de flujo. También la configuración de la pantalla del móvil con el número máximo de menús permitidos y el cuadro de texto que también adaptamos a la historia.

Una vez creados los personajes, se van añadiendo al diálogo con sus diferentes expresiones. A continuación se le añade el sonido, la música y se testea antes de exportarlo a un archivo ejecutable para Android.

3. ILUSTRACIÓN PARA MÓVILES. LAS NORMAS DEL SOFTWARE.

Tengamos siempre en cuenta que todas las imágenes deben ser exportadas para poder ser leídas por el motor de juego que se utilizará en la programación. Como hemos explicado en el anterior apartado, el motor era Unity.

Primeramente, para saber en qué resolución deberíamos trabajar, era necesario estudiar los formatos de imagen que un dispositivo móvil iOS o Android utiliza y decidir una resolución que funcionara en el mayor número de tamaños de pantalla posible.

Consultando en la página de desarrollo de Android y en las estadísticas que ofrece Unity en su página web, se decidió que la resolución óptima para trabajar sería de 1080x1920 píxeles, asumiendo interpolaciones al alza en pantallas con más píxeles (si las hubiera en el futuro) y asumiendo interpolaciones a la baja, que no suelen tener problemas con el remuestreo automático realizado por el dispositivo.

Francisco Martí, profesor especializado en gráfica de la asignatura Taller de Interacción y Videojuegos, recomendó hacer una ilustración máster, por ejemplo al doble de la final (1080x1920-> 2160x3840), con un aspect ratio del píxel (no de la pantalla) de 1:1 ya que $16/9=1920/1080$.

Del máster se pueden sacar reducciones a dos o tres tamaños controlando interpolación y máscara de enfoque desde Photoshop.

El máster puede servir tanto para publicidad y merchandising como para tener una imagen de buena calidad cuando las resoluciones estándar de los móviles suban.

Además de la resolución, hay otro factor a tener en cuenta cuando se trabaja en Unity: el tamaño de las imágenes debe ser múltiplo de cuatro. Los píxeles en una pantalla se organizan en píxeles cuadrados, ocupados cada uno por un pixel. Al adaptar las imágenes del juego a las diferentes pantallas, el sistema las escala en múltiplos de cuatro píxeles efectivos.

Las restricciones del software son sumamente útiles a la hora de realizar todas las imágenes necesarias, puesto que establece límites e incentiva al artista a realizar su trabajo dentro de unas pautas útiles. Es importante tener todas estas restricciones presentes y respetarlas desde el minuto cero del diseño de las imágenes, primeramente para que las horas de trabajo empleadas sean efectivas al no tener que deshacer y segundo porque la composición

VIII. CONCLUSIONES

Este Trabajo de Fin de Grado se concluye habiendo satisfecho los objetivos principales, específicos, estéticos y técnicos, en mayor medida unos que otros pero intentando siempre mantener el equilibrio, aunque la indagación en algunos temas, como la historia del diseño de los personajes actuales o los diferentes tipos de programación disponibles, han requerido una dedicación especial para llegar a tener un conocimiento profundo y un cierto grado de especialización de cara a futuras investigaciones académicas.

- Se ha diseñado y programado el primer nivel del videojuego tipo novela visual. Contiene siete posibles finales y cuatro hilos principales.
- Se ha investigado el mercado actual, pero también su historia, y se ha analizado la importancia social y cultural que tiene el propio mercado para los estudios de género y sociológicos.
- Se ha adaptado una novela a un guión, cambiando la persona de la novela para las narraciones y adaptando el ritmo a la interacción de la jugadora para ofrecer una experiencia lo más interactiva posible dentro del medio.
- Se ha creado una línea estilística específica para este juego utilizando recursos tanto del anime como de la pintura tradicional.
- Con el carácter académico de este documento, se introducen y normalizan términos lingüísticos para lograr un corpus específico en la lengua española.

El aprendizaje de nuevas técnicas y de la historia del diseño en un género específico ha sido lo más fructífero de este TFG.

También se pretendía hacer algo que nunca se hubiera realizado durante el Grado de Bellas Artes, para aprender durante el camino. Como dice la protagonista de *Millenium Actress*, "en realidad, la parte que me apasionaba era la búsqueda". Se ha dominado el uso de varios programas (Tyranosaurus Builder, Twine, Cradle, Fungus, Clip Studio Paint), planificado un diagrama de flujo, se han adaptado imágenes intercambiables dentro de una novela visual interactiva; se han explorado nuevas formas de dibujar digitalmente, y todo ese proceso ha sido lo más gratificante a la hora de presentar los resultados de este TFG.

Si bien la metodología estaba planteada de la forma más realista y profesional posible, las limitaciones de tiempo han sido perjudiciales a la hora de pretender que las tareas de programación, desarrollo visual y creación de sprites recayeran todas sobre una sola persona. En la programación de videojuegos el trabajo en equipo es una parte esencial, y todos los errores e insatisfacciones en el campo de la interacción que hay en el producto final se derivan de esta acumulación de tareas específicas cada una de las cuales por sí sola podrían analizarse con distintos TFGs.

Sin embargo era necesario realizar todas las pruebas de software y de

investigación del diseño para los futuros estudiantes que se embarquen en la creación de una novela visual. Si bien hay programas y plug-ins que deberían haberse probado como Ren'Py, RPGMaker o PlayMaker, dejamos constancia de los cuatro programas usados y de sus resultados palpables en esta memoria y en la propia novela visual. Abrimos un proceso de investigación sobre la estética y la ambigüedad de género dentro de, precisamente, un género de novela gráfica destinado *a priori* a un género específico, y otra línea de investigación sobre software específico para novelas visuales, teniendo en cuenta que el 16 de noviembre de 2017 se publicó otro motor e interfaz para la creación de novelas visuales: Visual Novel Maker.

En el apartado gráfico se ha probado y usado extensamente el programa Clip Studio Paint y se sugiere la prueba con su marioneta Qumarion, cuyos movimientos analógicos controlados por nuestras manos se transfieren a la pantalla del programa de dibujo. Sus archivos son compatibles con Photoshop y realiza ilustraciones tanto por píxeles como vectoriales a mano alzada.

Las novelas visuales son un tipo de entretenimiento sencillo que aún tiene mucho camino por recorrer e infinitas posibilidades de interacción que logren unos altos grados de respuesta en el jugador precisamente por la carga emocional que conllevan. Las llamadas telefónicas reales (con voces grabadas) al propio dispositivo móvil de la jugadora son un ejemplo de estas posibilidades. Animo a explorar en el campo de la interacción desde el punto de vista del aprendizaje emocional con este tipo de juegos y pronto en un entorno de realidad virtual, cosa que ya existe en los simuladores de citas orientados al público masculino: es el caso de *Summer Lesson* para PS4.

IX. BIBLIOGRAFÍA

- BELINCHÓN, G. *El guion adaptado: de la hoja de libro al fotograma*. EL PAÍS, 04 Feb. 2017 [consulta: 2017-04-16]. Disponible en: <http://cultura.elpais.com/cultura/2017/01/31/actualidad/1485871019_951819.html>
- BRENNER, L. *Connecting the World: The Visual Lexicon and Terminology of Anime, Manga, and Fandom at Anime Expo 2014*. [consulta: 2017-05-10]. Disponible en: <<http://www.lawrencebrenner.com/w3/presentations>>
- CHINN, Christopher. Emotional investment techniques. *Deeper in the Game*. Wordpress, 2015. [consulta: 2017-10-20]. Disponible en <<https://bankuei.wordpress.com/2015/10/10/emotional-investment-techniques>>.
- DAILY DOT: Will Japanese Romance Sims Become a Thing in the U.S.? *The Daily Dot*. N.p., 28 July 2014. [consulta: 2017-02-19]. Disponible en <<https://www.dailydot.com/debug/voltage-japanese-romance-simulators>>
- DETWEILER, Craig. *Halos and Avatars: Playing Video Games with God*. Louisville. Westminster John Knox Press, 2010.
- DOMENECH, A. La importancia de la animación en la historia del videojuego. Valencia: *Seminario de Animación Japonesa de Valencia*, 2016-09-30.
- DUQUE, A. y VÁZQUEZ, C. Implicaciones clínicas del uso del tamaño pupilar como indicador de actividad psicológica: una breve revisión. Universidad Complutense de Madrid: *Clínica y Salud*. Vol. 24, No. 2, Julio 2013. ISBN: 1130-5274
- GRAFFEO, C. *The Great Mirror Of Fandom: Reflections of (and on) an otaku and fujoshi in anime and manga* [trabajo de fin de máster]. Orlando: University of Central Florida, 2006.
- GUERRERO RAMOS, GLORIA. *Neologismos en el español actual*. Madrid. Arco Libros, 1995.
- GUILBERT, LOUIS. Grammaire générative et néologie lexicale. *Languages*, nº36. 1974.
- HERNÁNDEZ, M. *La Hermandad de los Dragones*. [consulta: 2017-10-20] <<https://mmarhernandez.com/la-hermandad-de-los-dragones-2>>
- HARTLEY, B. A Genealogy of Boys Love: The Gaze of the Girl and the Bishōnen Body in the Prewar Images of Takabatake Kashō. En: McLELLAND, M. et al. *Boys Love Manga and Beyond: History, Culture, and Community in Japan*. University Press of Mississippi, 2015
- HUBER, W. *Some Notes on Aesthetics in Japanese Videogames*. En: CLARKE, A. y GRETHE M. *Videogames and Art. Intellect*, 2013.
- KELLER, Z. *How to Write for Games*. California College of the Arts, San Francisco, 2016.
- KIM, H. Women's Games in Japan Gendered Identity and Narrative Construction. En: *Theory, Culture & Society*. Nueva York. Ubiquitous Media. Vol. 26(2-3): pp. 165-188. 2007 [consulta: 2017-02-01]. Disponible en: <<http://dx.doi.org/10.1177/0263276409103132>>
- MATSUI, M. Little girls were little boys: Displaced Femininity in the Representation of Homosexuality in Japanese Girls' Comics. *Feminism and the Politics of Difference*, Sneja Gunew y Anna Yeatman, 177-196. Allen and Unwin. New South Wales, Australia, 1993
- MIYAMATSU, T. *Tulpa: el manga como poema visual* [trabajo de fin de grado]. Valencia: Universitat Politècnica de València, 2014.
- NAGAIKE, K. *Do Heterosexual Men Dream of Homosexual Men?: BL Fudans-*

- hi ('rotten men') and the Discourse of Male Feminization*. Oita University, 2011.
- NEWMAN, J. *Difficult Questions About Videogames*. Nottingham: Suppose partners, 2004.
- RICHARDS, T.N. *Tokimeki Memoria Girl's Side: Enacting femininity to avoid dying alone*. Southport: Griffith University, 2014. Conference paper.
- SCHELL, Jesse. *The Art of Game Design: A Book of Lenses*. Carnegie Mellon University. Elsevier, 2008.
- SHAMOON, D. *Passionate Friendship: the Aesthetics of Girls Culture in Japan*. University of Hawaii Press, 2012.
- SILICONERA. *How Idea Factory Creates Otome Games*. San Francisco, 2015 [consulta: 2017-04-10]. Disponible en: <<http://www.siliconera.com/2015/09/04/how-idea-factory-creates-otome-games/#P4s2bpo1kCSWyvy.99>>
- SOTOMAYOR SÁEZ, MV. Literatura, sociedad, educación: Las adaptaciones literarias. *Revista de Educación*, núm. extraordinario (2005), pp 217-238. Universidad Autónoma de Madrid. ISSN: 0034-592X
- TANIZAKI, N. *The Angelique Memorial Book*. Yokohama: Koei Inc., 1995.
- TSURUMI, M. Gender and Girls' Comics in Japan. *Bulletin of Concerned Asian Scholars*. Reino Unido: Routledge, 1997. Num XXIX, ISSN: 1472-6033.
- VAN LOOY, J., COURTOIS, C. y VERMEULEN, L. Why Girls Play Digital Games: an Empirical Study into the Relations between Gender, Motivations and Genre. Ghent University IBBT-MICT, Ghent University, 2011.
- VAN ZOGGEL, G. Serious 'techno-intimacy'. Perceiving Japanese dating simulation video games as serious games. [Ensayo para la asignatura Game Studies: Serious/Game/Play]. Utrecht: Universidad de Utrecht. 2011-11-11. [consulta: 2017-01-20] Disponible en: <<https://es.scribd.com/document/74023489/Serious-techno-intimacy-Perceiving-Japanese-dating-simulation-video-games-as-serious-games>>
- WELKER, JAMES. Beautiful, Borrowed, and Bent: "Boys' Love" as Girls' Love in Shôjo Manga. *Signs: Journal of Women in Culture and Society* 31, nº 3 (Primavera 2006), ISSN: 841-870. 0097-9740
- Yano Research Institute, Ltd. Inside Games. Otaku chijouchosa ga happyo. Doujinshi ichiba ha 757oku en. En: inside-games.jp [en línea]. Japón, 2016-01-18. [consulta: 2017-02-12]. Disponible en: <<http://www.inside-games.jp/article/2016/01/18/95036.html>>

X. ÍNDICE DE IMÁGENES

Fig. 1	<i>Angelique</i> (1994). Koei Tecmo Holdings Co., Ltd.	p. 9
Fig. 2	<i>Hakuoki Shinsengumi Kitan</i> (2008). Idea Factory.	p. 9
Fig. 3	<i>Lamento -Beyond the void</i> (2006). Nitro-Chiral.	p. 10
Fig. 4	<i>June</i> November. Tokyo. Magazine Magazine. November, 1983.	p. 10
Fig. 5	<i>Boy x Boy Shiritsu Kuryougakuen Seishinryou.</i> (1999). King Record.	p. 11
Fig. 6	<i>Twine</i> (2009). Chris Klimas.	p. 15
Fig. 7	<i>Death Stranding</i> (en producción). Kojima Productions.	p. 19
Fig. 8	<i>Akumajo Drakula / Castlevania</i> (1986). Konami.	p. 21
Fig. 9	<i>The Norseman</i> . Frank Frazetta, 1972.	p. 21
Fig. 10	<i>Candy Candy</i> . Yumiko Igarashi, 1975.	p. 22
Fig. 11	<i>Angelique</i> (1994). Koei Tecmo Holdings Co., Ltd.	p. 22
Fig. 12	TEZUKA, O. <i>MW</i> . Tokyo. Shogakukan, 1973.	p. 22
Fig. 13	<i>The Fairy Tales of Charles Perrault</i> . Harry Clarke, 1922.	p. 23
Fig. 14	<i>Hi Izuru Tokoro no Tenshi</i> . Ryoko Yamagishi, 1980.	p. 23
Fig. 15	<i>La Rosa de Versalles</i> . Riyoko Ikeda, 1972.	p. 23
Fig. 16	Moodboard general para <i>Khali. Ataque en la Noche del Silencio</i> (2017). Lidia Núñez.	p. 24
Fig. 17	Macoto Takahashi, c. 1965.	p. 25
Fig. 18	HAIGO, M. <i>Thoma no shinzo</i> . Tokio. Shogakukan, 1974.	p. 25
Fig. 19	<i>Diabolik Lovers</i> (2012). Rejet e Idea Factory.	p. 26
Fig. 20	<i>Escaflowne The Movie: A Girl in Gaea</i> . Sunrise y Studio Bones, 2000.	p. 26
Fig. 21	Bocetos para <i>Khali. Ataque en la Noche del Silencio</i> (2017). Lidia Núñez.	p. 26
Fig. 22	<i>Mystic Messenger</i> (2016). Cheritz.	p. 27
Fig. 23	<i>Lucky Star</i> . Kyoto Animation, 2007.	p. 27
Fig. 24	Anime eye shape study. Ingrid Sales Pinheiro, 2011.	p. 27
Fig. 25	@00shima222, Pachimari. Twitter, 2009.	p. 28
Fig. 26	@doku2_2, cuenta cesada. Twitter, 2013.	p. 28
Fig. 27	<i>Shojo no tomo nº diciembre</i> . Tokyo, Jitsugyo no Nihon Sha, Ltd., 1939.	p. 28
Fig. 28	<i>CLOCK ZERO ~ Shuen no Ichibyō</i> (2010). Idea Factory	p. 29
Fig. 29	<i>Tokyo Yamanote Boys</i> (2017) Rejet.	p. 29
Fig. 30	IKEDA, R. <i>Berusaie no bara</i> . Tokio. Shueisha, 1973.	p. 29
Fig. 31	<i>Shoujo kakumei Utena adolescence mokushiroku</i> . [película]. Japón: J.C. Staff, 1999.	p. 30
Fig. 32	<i>Nier: Automata</i> (2017). Platinum Games.	p. 30
Fig. 33	<i>Dragon Age: Inquisition</i> (2014). Bioware.	p. 31
Fig. 34	<i>Khali. Ataque en la Noche del Silencio</i> (2017). Lidia Núñez.	p. 31

- Fig. 35 Richard Ashcroft [fotografía]. En: SOLKÆR, Søren. London, 2005. p. 32
- Fig. 36 KAWAJIRI, Y. (dir., diseñador de p.) *Demon City Shinjuku*. [VHS]. Japón: Madhouse, 1988. p. 32
- Fig. 37 *Khali. Ataque en la Noche del Silencio* (2017). Lidia Núñez. p. 32
- Fig. 38 *Khali. Ataque en la Noche del Silencio* (2017). Carlos Mercé. p. 33
- Fig. 39 *Tyrano Builder* (2016). Strikeworks. p. 34
- Fig. 40 *Tyrano Builder* (2016). Strikeworks. p. 34
- Fig. 41 *Cradle* (2016). D.A. Terre. p. 34
- Fig. 42 Captura de pantalla PC. p. 35
- Fig. 43 *Fungus* (2017). Snozbot. p. 35
- Fig. 44 Unity. *Mobile Hardware Stats 2017-03* [consulta: 2017-04-03]. Disponible en: <<https://hwstats.unity3d.com/mobile/display.html>> p. 37

XI. ANEXOS

Todos los anexos se pueden descargar en la siguiente dirección:

<https://drive.google.com/open?id=1MiTMbQQLUdbK-cbKBO5-yWL1B-m8UsT>

Anexo I: Fichas terminológicas. Nombre de archivo:
Anexo_1_Fichas_Terminologicas.pdf

Anexo II: Art book: **Anexo_2_Art_book.pdf**

Anexo III: archivo de video que contiene una leve introducción al juego y una demo de dos minutos: **Anexo_3_Trailer_Y_Demo_Juego.mp4**

Anexo IV: archivo ejecutable del juego (hacer doble clic): **Ataque_en_la_Noche_del_Silencio.exe**

Anexo V: archivo Twine. **Ataque_en_la_noche_del_silencio_TWINE.html**