

BEN SHINE

DISEÑO Y CREACIÓN DE PERSONAJE PARA VIDEOJUEGO Y ESTUDIO
DEL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL SOBRE VIDEOJUEGOS
PARA PLATAFORMAS MÓVILES

BEN SHINE

DESIGN AND CREATION OF CHARACTER FOR VIDEO GAME AND STUDY
OF THE NATIONAL AND INTERNATIONAL MARKET ON VIDEO GAMES
FOR MOBILE PLATFORMS

Alumna: Paula Carvajal Pérez

Tutor: Mario Paul Martínez Fabre

UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

Comunicación Audiovisual

Trabajo de Fin de Grado

2018-2019

INDICE

RESUMEN	9
----------------	---

PALABRAS CLAVE	9
-----------------------	---

ABSTRACT	10
-----------------	----

KEYWORDS	10
-----------------	----

INTRODUCCIÓN	11
---------------------	----

- Justificación	11
- Objetivos	11
- Estado de la cuestión	12
- Metodología	15

RESULTADOS	16
-------------------	----

CONTEXTO: CREACIÓN DE PERSONAJES PARA PLATAFORMAS

MÓVILES A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	16
1. El proceso de creación de personajes	17
- Evolución gráfica del juego para plataformas móviles	19
- Tipos de personajes	21
<hr/>	
2. Creación de juegos para dispositivo móvil internacionales.	
Caso de estudio: Brawl Stars	22
- Brawl Stars: diseño de personajes	23
- El impacto de Supercell en la Play Store	26
<hr/>	
3. Creación de juegos para dispositivo móvil nacionales.	
Caso de estudio: Candy Crush	28
- Diseño de personajes en Candy Crush	29
- Candy Crush: transcurso en la Play Store	32
<hr/>	
- Conclusiones obtenidas tras el análisis de dos casos de estudio	33
<hr/>	

DISEÑO Y CREACIÓN DE PERSONAJE: BEN SHINE	35
<hr/>	
1. Contexto del personaje y características clave	36
Características físicas	39
Características psicológicas	39
<hr/>	
2. Referencias	40
<hr/>	
3. Bocetos y estructuras	42
- Bocetos	42
- Vistas	43
- Figuras geométricas	44
- Silueta	44
- Expresiones	45
- Paleta de color	46
<hr/>	
4. Diseño final	47
<hr/>	
5. Conclusiones	49
<hr/>	
BIBLIOGRAFÍA	51
<hr/>	

Anexo I	53
Anexo II	59
Anexo III	63



Figura 1. Fuente: Sánchez, Jose (2016) <<Los videojuegos no son solo para niños>>, disponible en https://www.abc.es/tecnologia/videojuegos/abci-videojuegos-no-solo-para-ninos-201608171529_noticia.html	pág. 13
Figura 2. Fuente: DEV (2018): Libro blanco del desarrollo español de videojuegos.....	pág. 14
Figura 3. Fuente: Filippidis, Katrina (2017): <<Evolution of Mario>>, disponible en < https://gameranx.com/updates/id/124175/article/evolution-omario/ >.....	pág. 19
Figura 4. Fuente: Alcolea, Alejandro (2017) <<El móvil gaming de Nokia está en marcha y tendrá iluminación led>>, disponible en https://computerhoy.com/noticias/gaming/movil-gaming-nokia-esta-marcha-tendra-iluminacion-led-304769	pág. 20
Figura 5. Fuente: Elaboración propia. Captura de pantalla de la app para Android Serpiente.....	pág. 20
Figura 6. Fuente: elaboración propia. Captura de pantalla del juego para smartphone <i>Animal Crossing Pocket Camp</i>	pág. 21
Figura 7. Fuente: Jared, Nelson (2019) <<Monument Valley celebrates 5th birthday with collectible outfits>> disponible en < https://toucharcade.com/2019/04/03/monument-valley-5th-birthday-update/ >.....	pág. 22
Figura 8. Fuente: Elaboración propia. Captura de pantalla del videojuego Brawl Stars.....	pág. 22
Figura 9. Fuente: Elaboración propia. Captura de pantalla del videojuego Brawl Stars.	pág. 23
Figura 10. Fuente: González, Alberto y Verdasco, Daniel (2019) <<Brawl Stars: todos los personajes y estadísticas, ¿Cuál es el mejor brawler?>> disponible en https://vandal.elespanol.com/guias/guia-brawl-stars-trucos-y-consejos-para-ganar/personajes-y-habilidades	pág. 24
Figura 11. Fuente: González, Alberto y Verdasco, Daniel (2019) <<Brawl Stars: todos los personajes y estadísticas, ¿Cuál es el mejor brawler?>> disponible en https://vandal.elespanol.com/guias/guia-brawl-stars-trucos-y-consejos-para-ganar/personajes-y-habilidades	pág. 24

Figura 12. Fuente: González, Alberto y Verdasco, Daniel (2019) <<Brawl Stars: todos los personajes y estadísticas, ¿Cuál es el mejor brawler?>> disponible en https://vandal.elespanol.com/guias/guia-brawl-stars-trucos-y-consejos-para-ganar/personajes-y-habilidades	pág. 25
Figura 13. Fuente: García, José (2019) <<Clash Royale, Candy Crush, Fornite y más: el podio de los juegos móviles amasa más de 4.500 millones de dólares en 2018>> disponible en < https://www.xatakamovil.com/aplicaciones/clash-royale-candy-crush-fornite-podio-juegos-moviles-amasa-4-500-millones-dolares-2018 >.....	pág. 26
Figura 14. Fuente: Moreno, Guadalupe (2019) <<Las apps más descargadas en lo que va de año>> disponible en < https://es.statista.com/grafico/17955/apps-mas-descargadas-en-espana-en-2019/ >.....	pág. 27
Figura 15. Fuente: Elaboración propia. Captura de pantalla de Google Play.....	pág. 28
Figura 16. Fuente: Elaboración propia. Captura de pantalla de Google Play.	pág. 28
Figura 17. Fuente: elaboración propia. Captura de pantalla del juego Candy Crush.....	pág. 29
Figura 18. Fuente: elaboración propia. Captura de pantalla del juego Candy Crush.....	pág. 29
Figura 19. Fuente: elaboración propia. Captura de pantalla del juego Candy Crush.....	pág. 31
Figura 20. Fuente: elaboración propia. Captura de pantalla del juego Candy Crush.....	pág. 31
Figura 21. Fuente: elaboración propia. Captura de pantalla del juego Candy Crush.....	pág. 31
Figura 22. Fuente: Moreno, Guadalupe <<Fortnite, el videojuego gratuito que más facturó en 2018>> disponible en < https://es.statista.com/grafico/16697/videojuegos-gratuitos-ingresos/ >.....	pág. 32
Figura 23. Fuente: elaboración propia. Captura de pantalla del videojuego de pasapalabra.....	pág. 36
Figura 24. Fuente: elaboración propia. Captura de pantalla del videojuego de saber y ganar.....	pág. 37

Figura 25. Fuente: Farji, Guido <<Clasificación de juegos móviles>> disponible en < https://medium.com/flameads/https-medium-com-flameads-te-lo-defino-asi-nomas-71291eba82aa >.....	pág. 38
Figura 26. Fuente: Nae (2008) <<Análisis de <i>Buzz!</i> El multiconcurso>> disponible en < https://www.anaitgames.com/analisis/analisis-de-buzz-el-multiconcurso >.....	pág. 40
Figura 27. Fuente: Denny, Michael (2017) <<E3 2017 PlayLink – Agarra tu teléfono o tu tablet y desafía a tus amigos en PS4>> disponible en < https://blog.es.playstation.com/2017/06/13/e3-2017-playlink-agarra-tu-telfono-o-tu-tablet-y-desafa-a-tus-amigos-en-ps4/ >.....	pág. 41
Figura 28. Fuente: LeemyKopa, (2017) <<Super Mario 64 3DS>> disponible en < https://mariofanon.fandom.com/es/wiki/Super_Mario_64_3DS >.....	pág. 41
Figura 29. Fuente: Montero, Damián (2017) <<Crash Bandicoot: los mejores personajes de la saga>> disponible en < https://www.alfabetajuega.com/noticia/crash-bandicoot-los-mejores-personajes-de-la-saga80303 >.....	pág. 41
Figura 30. Fuente: Elaboración propia. Bocetos de Ben Shine.....	pág.42
Figura 31. Fuente: Elaboración propia. Bocetos de Ben Shine.....	pág.42
Figura 32. Fuente: Elaboración propia. Bocetos de Ben Shine.....	pág.43
Figura 33. Fuente: Elaboración propia. Bocetos de Ben Shine.....	pág.43
Figura 35. Fuente: Elaboración propia. Vistas de Ben Shine.....	pág.43
Figura 35. Fuente: Elaboración propia. Vistas de Ben Shine.	pág.43
Figura 36. Fuente: Elaboración propia. Geometría de Ben Shine.....	pág. 44
Figura 37. Fuente: Elaboración propia. Siluetas de Ben Shine.....	pág. 44
Figura 38. Fuente: Elaboración propia. Expresiones de Ben Shine.....	pág. 45
Figura 39. Fuente: elaboración propia. Paleta de color de Ben Shine.....	pág. 46
Figura 40. Fuente: Elaboración propia. Diseño final de Ben Shine.....	pág. 47
Figura 41. Fuente: elaboración propia. Diseño final app Ben Shine.....	pág. 48

RESUMEN

Este proyecto se basa en realizar la creación completa de un personaje desde cero a través de diferentes revisiones a los tipos de diseño de personaje que podemos obtener. Además, para la correcta creación de este, se realizará un pequeño estudio sobre cómo se enfrenta la industria nacional e internacional en el videojuego para plataformas móviles. Tras una correcta investigación, se realizará el proceso de creación de personajes propios de un proyecto de videojuego específico en el que se proyecta el método a seguir: desde los bocetos a lápiz hasta el acabado en color digital.

PALABRAS CLAVE

“Personaje”, “diseño de personaje”, “plataformas móviles”, “dibujo”, “videojuegos”



ABSTRACT

This project is based on the complete creation of a character from scratch through different revisions to the types of character design that we can obtain. In addition, for the correct creation of this, a small study will be carried out on how the national and international industry faces in the videogame for mobile platforms. After a proper investigation, the process of creating characters from a specific video game project will be carried out in which the method to be followed is projected: from pencil sketches to digital color finishing.

KEYWORDS

"Character", "character design", "mobile platforms", "drawing", "video games"



1. Introducción

JUSTIFICACIÓN

El videojuego es una forma de entretenimiento clave para la sociedad occidental y oriental en la actualidad y con la llegada de los smartphones, tablets y diferentes tipos de plataformas móviles con Android o iOS se ha desarrollado un nuevo tipo de videojuego mucho más casual. Esto nos supone un nuevo reto ya que abarcamos a un target mucho más grande debido a la forma de juego, no deben estar pendientes a grandes detalles ni pasar muchas horas seguidas para comprender la historia. Nos encontramos con juegos mucho más centrados en las mecánicas, juegos destinados a que el jugador dedique su máximo tiempo libre en él.

Para lograr un juego de estas características óptimo en la actualidad, debe tener personajes que llamen la atención. Para ello se realizará un estudio previo del panorama a nivel nacional e internacional de videojuegos para plataformas móviles, centrándonos en la creación de personajes para más tarde desarrollar mi propio personaje destinado a un juego para plataformas móviles.

OBJETIVOS

- Estudiar y analizar el diseño de personajes para móviles en el mercado internacional y especialmente nacional.
- Usar también para ello casos de estudio específicos y entrevistas en primera persona para conocer las diferentes técnicas de estilo al representar el personaje de la mejor manera posible.
- A través de este estudio aplicar estos conocimientos adquiridos sobre el diseño de personaje propio.
- Creación de un personaje desde cero aportándole una estética única que posea una personalidad fuerte y fácilmente reconocible.

- Establecer unas conclusiones generales y parciales sobre la investigación y los diseños llevados a cabo.

ESTADO DE LA CUESTIÓN

La industria del videojuego lleva desde su nacimiento adaptándose a las nuevas tendencias y a la sociedad. En un principio, nació como punto de encuentro para muy pocos usuarios, en su mayoría varones jóvenes. Tras el paso de los años, el videojuego ha ido evolucionando en diferentes plataformas, desde las vastas máquinas arcade, hasta poder jugar en una pantalla de cinco pulgadas y que apenas pesa 200 gramos.

Esta evolución es un signo de la adaptabilidad del videojuego y de cómo la sociedad lo ha ido aceptando e interiorizando en sus vidas. En sus inicios lo disfrutaba poca gente, pero en la actualidad se conoce el videojuego desde la infancia.

Se han realizado estudios sobre el género y la edad de los jugadores en la actualidad y los resultados son muy diferentes a los que hubo al comienzo de la vida del videojuego.

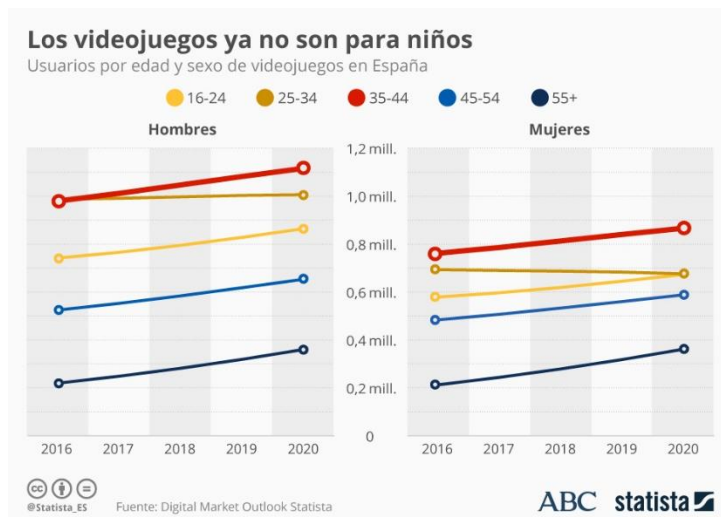


Figura 1. Fuente: Sánchez, Jose (2016) <<Los videojuegos no son solo para niños>>, disponible en <https://www.abc.es/tecnologia/videojuegos/abci-videojuegos-no-solo-para-ninos-201608171529_noticia.html>

Como podemos observar en la tabla, en España los jugadores habituales son de más de 30 años y, pese a haber menos mujeres, el porcentaje de jugadores y jugadoras está casi igualado. Esto significa que actualmente se disfruta del videojuego en edades adultas, y por lo tanto, hay un mercado muy amplio y que se puede explotar de muchas maneras diferentes.

Por otro lado, el videojuego se puede disfrutar en diferentes plataformas, existen multitud de consolas y aparatos electrónicos que nos permiten poder jugar en diferentes espacios.

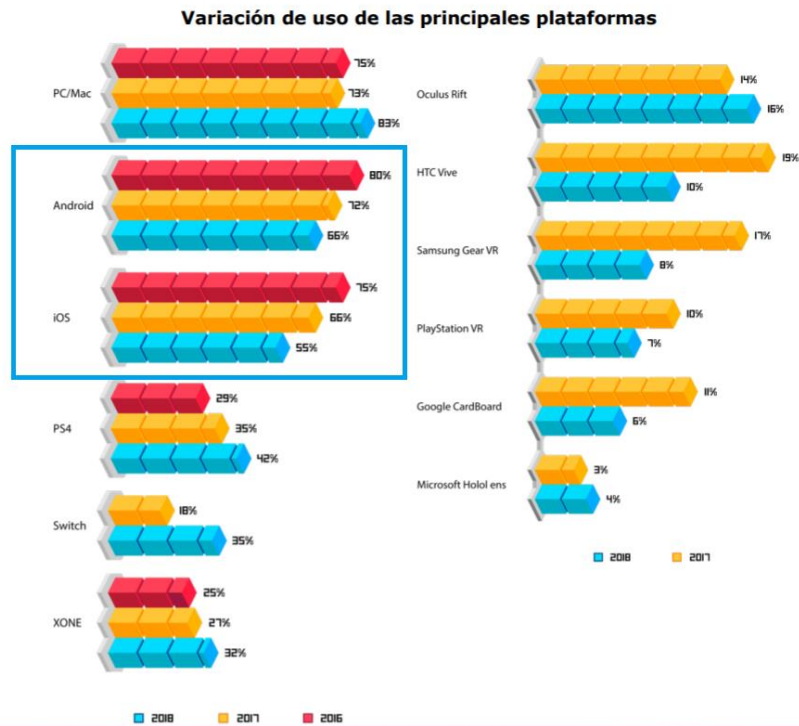


Figura 2. Fuente: DEV (2018): Libro blanco del desarrollo español de videojuegos

Como podemos observar en la tabla, Android e iOS están en segunda posición como plataformas más utilizadas a la hora de jugar a videojuegos por detrás del PC. Por tanto, los videojuegos para plataformas móviles son un mercado muy grande y que abarca a muchísimos tipos de jugadores. Con un mercado para plataformas móviles tan enorme en España, me pregunté cómo podría desarrollar un personaje para un juego que pudiera competir con el resto de aplicaciones líderes. Para ello, se realizará un análisis del mercado y entrevistas a trabajadores en activo del sector.

Con un mercado tan extenso en España es importante conocer a las grandes empresas nacionales y también saber sobre el mercado internacional para poder tener una visión mucho más amplia del objetivo que queremos conseguir.

El personaje por realizar consistirá en un presentador para un juego tipo concurso online enfocado a plataformas móviles.

METODOLOGÍA

Este es un trabajo teórico-práctico, ya que por una parte vamos a realizar una investigación previa sobre la creación de personajes para videojuegos de plataformas móviles mediante libros y artículos académicos. Por otra parte, vamos a llevar a cabo un proyecto personal aplicando los resultados de esta investigación para elaborar el diseño de un personaje para un videojuego.

Se trata de un trabajo comparado porque comparamos estudios ya realizados con ejemplos en la industria tanto nacional como internacionalmente. Se compone principalmente de dos bloques: el estudio previo a través del cual profundizaremos en la cuestión de la industria del videojuego y, por otra parte, la propuesta personal.



RESULTADOS

Contexto: creación de personajes para plataformas móviles a nivel nacional e internacional.



1. El proceso de creación de personajes

La creación de personajes en la industria del videojuego surge de la necesidad de crear un personaje para determinado juego. En primer lugar, los diseñadores -y si se necesitase el guionista del juego- deben pensar sobre las características primordiales que debe tener el personaje. Por ejemplo, si es un personaje desanimado deberá tener una pose natural encorvada, con las facciones hacia abajo, la mirada cansada etc. Signos que doten al personaje de personalidad sin que haya falta que describirla verbalmente.

Después de definir bien el personaje de forma escrita, se debe pasar a la fase de dibujarlo. Se deben hacer muchas pruebas y bocetos del personaje hasta dar con el diseño adecuado. Hay que darle muchas vueltas para plasmar exactamente lo que estamos buscando.

Una vez se encuentra ese diseño deseado, se debe realizar al personaje en varias perspectivas y si el personaje tiene detalles importantes, debemos recalcarlos aparte para hacerlos notar de alguna forma.

Tras realizar un diseño completo del personaje, incluyendo todas las perspectivas, medidas, detalles, etc. Se pasa a la fase de modelado, la cual se puede realizar con diferentes programas tales como Zbrush o Maya.

Pero no todos los diseñadores de personajes trabajan igual, por ejemplo, Marina González, del equipo de Decostructeam (Valencia), comentó su experiencia sobre el diseño de personajes en The Red Strings Club, juego de estética píxel art ambientado en un futuro cyberpunk en el que somos el camarero y dueño de un bar al que visitan ciertas personas con las que debemos interactuar:

“En nuestro caso ha dependido de cada proyecto y también ha cambiado con el tiempo. Creo que hace unos años pensábamos en personajes más arquetípicos, y que por ejemplo en nuestro último juego comercial, The Red Strings Club, quisimos hacer personajes más diversos y normalizar esa diversidad. A nivel estético, en muchos casos no solemos hacer concept art, más allá de algunos bocetos sueltos. Suelo ponerme directamente a hacer pruebas en pixel art basándome en lo que me cuenta Jordi, el diseñador narrativo, y luego juntos vamos perfilando y eligiendo que nos gusta. Igualmente, esto depende del proyecto.

Solemos participar en game jams, y ahí, como no tenemos mucho tiempo (suelen ser 72 horas), es todo mucho más rápido e improvisado. En otros proyectos sí que hemos necesitado hacer concept art porque queríamos explorar estéticas, o no teníamos tan claro como iban a ser los personajes. En cualquier caso, es algo muy importante en nuestros juegos y le dedicamos mucho tiempo.” (González, 2019).

Pero no es un proceso tan sencillo, en algunas empresas de gran renombre como Nintendo, el proceso de creación de un personaje puede durar hasta un año. El productor de Super Smash Bros., Masahiro Sakurai, explicó en una entrevista para la revista Nintendo realizada en 2014, que este proceso es tan largo debido a que deben realizar de forma correcta las animaciones y el balance contra los personajes restantes del videojuego:

“Una de las cosas importantes para mí fue tener una gran diferencia entre los personajes, la cual llamo rango dinámico. En un juego de peleas típico donde solo te enfrentas a un oponente, otros factores como el ambiente tienen menos impacto” [...]. “Así que incluso las pequeñas diferencias entre los personajes pueden ser muy notorias. Con Smash Bros, sin embargo, quiero mostrar la individualidad en los personajes y creo que es raro ver juegos con tan amplio rango dinámico” [...]. Aunque algunos personajes pueden terminar siendo más fuertes que otros debido a la forma en la que funciona el juego, nos hemos enfocado en permitir que pasen muchos accidentes en el camino, resultando en cosas que hacen reír a los jugadores, así que el énfasis está en la variedad en lugar de hacer a Smash Bros. un deporte” (Sakurai, 2014).

Dependiendo del tipo de videojuego que se vaya a realizar, los personajes tendrán más complejidad o menos. Es decir, si se va a realizar un videojuego cuyo punto fuerte es el apartado narrativo necesitaremos personajes profundos y complejos; pero, por otro lado, si el videojuego está centrado en las mecánicas y movimientos, los personajes no tienen por qué tener un trasfondo más allá de los componentes básicos.

Esto es importante ya que el personaje principal es uno de los componentes que más influyen en el jugador a la hora de valorar un videojuego. El jugador necesita conectar con el personaje para que la experiencia de juego sea satisfactoria. Si se va a pasar cien horas de juego con el mismo personaje, el jugador necesita una complejidad y un progreso en la personalidad de este. Si esta conexión se realiza con éxito, se obtendrá un éxito mucho mayor como nos ha podido demostrar el paso del tiempo; personajes como Mario, Sonic, Lara Croft o Link se han llegado a convertir en personajes atemporales.

Pero estos personajes han tenido que realizar cambios para poder estar siempre acorde con la sociedad, esto implica, por ejemplo, cambios en los gráficos, ya que hasta los años 90 no existían los personajes en 3D.



Figura 3. Fuente: Filippidis, Katrina (2017): <<Evolution of Mario>>, disponible en <<https://gameranx.com/updates/id/124175/article/evolution-of-mario/>>

Otro aspecto importante en la evolución de los personajes en el apartado gráfico es la animación. Debido a las limitaciones tecnológicas, en los años 80 los personajes se limitaban a andar o saltar sin apenas tener expresiones en el rostro. En la actualidad, podemos encontrarnos cualquier emoción bien definida, fluidez y una enorme variedad de gestos, actitudes y formas de andar en los personajes.

- **Evolución gráfica del juego para plataformas móviles**

Esta evolución no solo se ha dado en los videojuegos para consolas u ordenadores, también podemos apreciarlo notoriamente en los juegos para plataformas móviles.

Si nos remontamos a los años 90 -en concreto 1994- aparece *Tetris* preinstalado de fábrica en los móviles Hagenuk MT-2000. Poco tiempo después aparece el mítico juego de móvil *Snake* en los teléfonos Nokia 6110. Este juego fue extremadamente popular en los primeros años de los móviles pese a tener un mecanismo muy sencillo: no chocarte con tu propio cuerpo. El juego sobrevivió muchos años debido a su popularidad, tanto que apareció un *Snake 2*, el cual añadía más recompensas al jugador y dificultad.

Actualmente podemos jugar al Snake y a muchísimas vertientes de éste, pero el apartado gráfico no se asemeja en absoluto a aquel de los años 90.

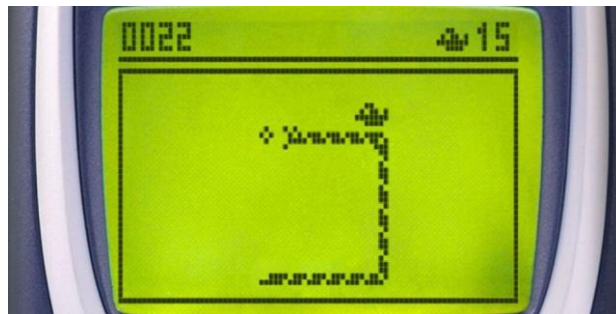


Figura 4. Fuente: Alcolea, Alejandro (2017) <<El móvil gaming de Nokia está en marcha y tendrá iluminación led>>, disponible en <<https://computerhoy.com/noticias/gaming/movil-gaming-nokia-esta-marcha-tendra-iluminacion-led-304769>>

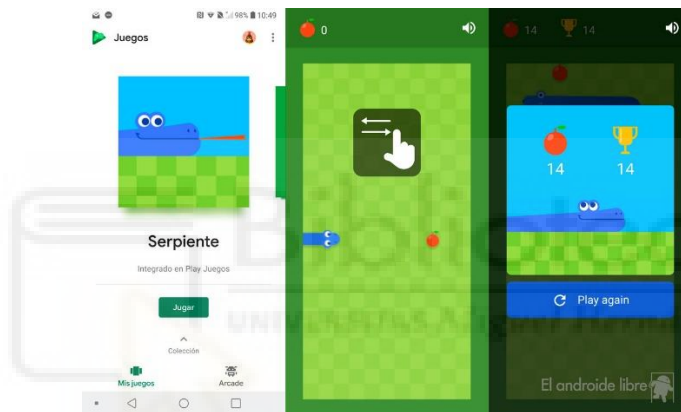


Figura 5. Fuente: Elaboración propia. Captura de pantalla de la app para Android Serpiente.

- **Tipos de personajes según su posible edición estética**

Los personajes que controla el jugador son conocidos bajo el nombre de avatar. En un sentido estético podemos definirlos como:

- **Avatar personalizable:** son aquellos que el jugador puede crear y personalizar a su antojo. En el sector del smartphone tenemos ejemplos como *Animal Crossing: Pocket Camp*, *Harry Potter: Wizards Unite* o *Los Sims Móvil*.



Figura 6. Fuente: elaboración propia. Captura de pantalla del juego para smartphone *Animal Crossing Pocket Camp*.

- **Avatar específico:** son aquellos que vienen preestablecidos por el videojuego y que el jugador no puede editar. En algunas ocasiones es posible cambiar el sexo. En el sector del smartphone tenemos ejemplos como *Clash Royale*, *Monument Valley* o *Reigns*. En algunas ocasiones el personaje que se va a utilizar no tiene rasgos específicos que definan su raza, clase o sexo. En muchos casos se utiliza esta técnica, llamada cáscara vacía (empty shell), para que el jugador pueda ocupar ese espacio vacío y sea él, el que viva la aventura. Ejemplos este tipo de avatares serían: *Pac-Man*, *Super Meat Boy* o *Snake*.

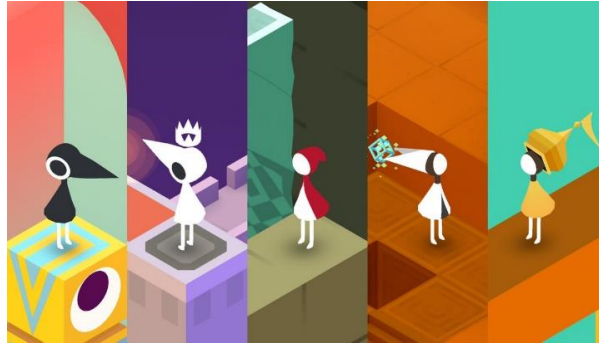


Figura 7. Fuente: Jared, Nelson (2019) <<Monument Valley celebrates 5th birthday with collectible outfits>> disponible en <<https://toucharcade.com/2019/04/03/monument-valley-5th-birthday-update/>>

2. Creación de juegos para dispositivo móvil internacionales. Caso de estudio: Brawl Stars

Brawl Stars es un videojuego lanzado en 2017 para dispositivos móviles perteneciente a la compañía Supercell. El juego basa su estética en el viejo oeste, y es un shooter inspirado en los MOBA de PC, con adaptaciones para móvil. En este juego un grupo de tres personas se enfrenta a otro de forma online, por un escenario lleno de arbustos y otros obstáculos para poder cubrir a tu personaje y poder disparar a los rivales.



Figura 8. Fuente: Elaboración propia. Captura de pantalla del videojuego Brawl Stars.

He seleccionado este juego porque, después de Clash Royal, es uno de los juegos de SuperCell más exitosos y con más jugadores en la actualidad. Además, en este proyecto de investigación tuve la oportunidad de entrevistar a Paul Chambers, que trabaja como lead artist en Brawl Stars y por tanto, he podido desarrollar unos conocimientos más profundos sobre este juego tanto en el nivel de investigación como en el de jugadora.

Brawl Stars cuenta con un modo principal de partida - el ya mencionado antes de equipos de 3 vs 3 – pero también presenta otros modos de juego. Estos modos son más breves y aleatorios, pero también le dan más dinamismo al juego ya que quizás el jugador no quiere siempre jugar competitivo y le apetece simplemente una partida rápida con un modo de juego que no le exija mucha concentración.



Figura 9. Fuente: Elaboración propia. Captura de pantalla del videojuego Brawl Stars.

- **Brawl Stars: diseño de personajes**

El juego contiene diferentes personajes para seleccionar, los cuales te van tocando de forma aleatoria conforme avanzas de nivel. Como hemos estudiado antes, los personajes serían avatares específicos, es decir, que no los puedes editar, pero sí que puedes seleccionar el que más te convenga para la partida. Estos personajes se llaman Brawlers, y se dividen en diferentes categorías. Cada personaje tiene una habilidad principal y otra secundaria, y una clave del juego es escoger con tu equipo 3 personajes que entre sí funcionen (por ejemplo, un tanque, un adc y un sanador).

En la entrevista realizada a Paul Chambers, nos habló de la creación de sus personajes y de cómo los rasgos de la personalidad eran una clave para hacer personajes con diseños mucho más originales:

“La clave para los personajes de Brawl es mantenerlos simples. Yo intento y pienso en una emoción base para cada personaje (enfado, timidez, etc) porque luego eso me da una base fuerte. Los personajes no necesitan ser muy complejos, es más cómo el grupo de personajes interactúan entre ellos para que el jugador pueda ver sus caracteres. Si todos los personajes tuvieran un gran rango de emociones no estarían tan bien definidos y no serían tan diferentes los unos de los otros.” Chambers (2019).

Es decir, para crear estos diseños tan bien definidos el equipo parte de un concepto como es un rasgo de la personalidad para basar al personaje alrededor de ese rasgo.



Figuras 10 y 11. Fuente: González, Alberto y Verdasco, Daniel (2019) <<Brawl Stars: todos los personajes y estadísticas, ¿Cuál es el mejor brawler?>> disponible en <<https://vandal.elespanol.com/guias/guia-brawl-stars-trucos-y-consejos-para-ganar/personajes-y-habilidades>>

El Primo (fig.10), por ejemplo, es un personaje de tipo tanque que ataca con sus puños con los que hace daño a cualquier enemigo que ose a acercarse lo suficiente, además tiene mucha salud lo que le permite aguantar los golpes del equipo contrario.

Como podemos ver el diseño del personaje encaja perfectamente, ya que visualmente podemos imaginar que es tanque.

La utilización del cliché de luchador mexicano nos invita a pensar que este personaje va a aguantar mucho y a pegar de cerca, además de sus gestos y expresiones, que refuerzan mucho más este arquetipo de personaje.

Por otro lado, tenemos el personaje de Bull, que dispara a media-corta distancia y además aguanta bien los ataques enemigos. La personalidad del personaje también se ve claramente a simple vista, un personaje malhumorado y “malo”. Gracias a elementos como el septum que lleva y a su tupé nos puede recordar a un toro, y ello conlleva unas connotaciones que tenemos asociadas a la imagen del toro como - principalmente - el mal humor.

Como hemos visto en estos dos ejemplos, las diferencias de los personajes están muy bien marcadas y se puede asociar muy fácilmente los elementos de los personajes con su personalidad, por tanto, el diseño de personajes de este juego está muy bien conseguido, ya que con solo ver al personaje podemos deducir su roll en el juego y su comportamiento en general.

Pero ¿de dónde parten los diseñadores para crear personajes tan marcados? Según Paul Chambers, primero hay que buscar todas las referencias posibles:

“¿Los personajes tienen mucha vida?, ¿son rápidos o lentos?, ¿tienen un rango cercano o son a distancia? Todos esos parámetros normalmente afectan al tipo de cuerpo o la base donde el personaje va a estar. Después comienzo la búsqueda. Por ejemplo, si es un sanador pues busco sanador y empiezo a guardar referencias. Cuantas más referencias consigues, más diseños podrás observar, y **una vez analizados intento apartarlos lo máximo posible para crear un diseño más único**. También es importante **tener referencias negativas de lo que quieres evitar**, casi tanto como las referencias positivas.” (Chambers, 2019).



Figura 12. Fuente: González, Alberto y Verdasco, Daniel (2019) <<Brawl Stars: todos los personajes y estadísticas, ¿Cuál es el mejor brawler?>> disponible en <https://vandal.elespanol.com/guias/guia-brawl-stars-trucos-y-consejos-para-ganar/personajes-y-habilidades>

- El impacto de Supercell en la Play Store

Brawl Stars pertenece a la famosa compañía finlandesa Supercell. Supercell nació en el verano de 2010. Su filosofía se basa en que no necesitan un equipo muy grande para crear grandes proyectos porque así las ideas se pueden perder por el camino.

“Pensamos que el mejor trabajo de calidad viene de pequeños equipos en los que cada miembro es un apasionado de lo que hace. Muchas veces, cuando los equipos se hacen más grandes, los procesos, la burocracia e incluso la política emergen, y el trabajo simplemente ya no es divertido. Es por eso por lo que hemos querido crear un modelo de organización integrada por equipos muy pequeños, o "células" como los llamamos. Supercell es una colección de estas células. Cada juego viene de una célula, y todos ellos operan de forma independiente y tienen un control completo sobre su propia ruta. Nuestro modelo de organización se ha optimizado para la velocidad y la pasión, no por el control.” (Supercell, 2010)

Esta empresa ha ido cosechando éxitos hasta llegar a su gigante, Clash Royale. Este juego de pelea de 2 vs 2 mediante cartas es el juego más descargado de la empresa y uno de los más populares desde que salió al mercado hasta la actualidad.

Adjunto un gráfico extraído de la página Xatakata Móvil, en el cual nos muestra los beneficios anuales de los videojuegos más populares en 2018 en iOS y Android. Las cifras aparecen en millones de dólares estadounidenses:

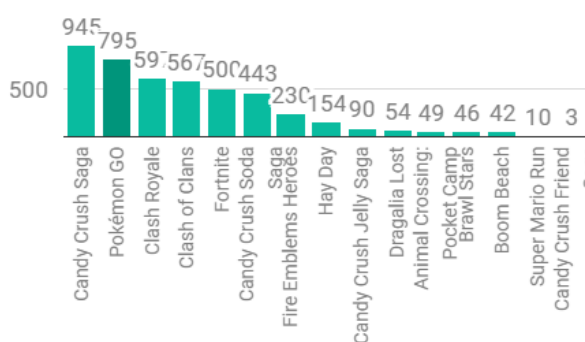


Gráfico: Xataka Móvil • Fuente: [Senstor Tower](#)
• [Conseguir los datos](#) • [Created with Datawrapper](#)

Figura 13. Fuente: García, José (2019) <<Clash Royale, Candy Crush, Fornite y más: el podio de los juegos móviles amasa más de 4.500 millones de dólares en 2018>> disponible en <<https://www.xatakamovil.com/aplicaciones/clash-royale-candy-crush-fornite-podio-juegos-moviles-amasa-4-500-millones-dolares-2018>>

Como podemos observar, Clash Royale se sitúa como tercer juego más descargado con 597 millones de dólares recaudados, – pese a haber salido en 2016 se mantiene como el pilar principal de Supercell- le sigue Clash of Clans con 567 millones, Hay Day con 154 millones y finalmente Brawl Stars con 46 millones.

Pero no podemos olvidar que la fecha oficial de salida de Brawl Stars fue el 12 de diciembre de 2018, por lo que, con tan solo 18 días de vida, logró recaudar 46 millones de dólares - además de obtener más de 5 millones de prerregistros antes de salir al mercado - lo que lo situaría por encima de los 60 millones de dólares mensuales.

En un gráfico extraído de prioridata, podemos observar que en el año 2019 – en un período entre enero y mayo – Brawl Stars se posicionaba como el juego para dispositivos móviles más descargados en España.

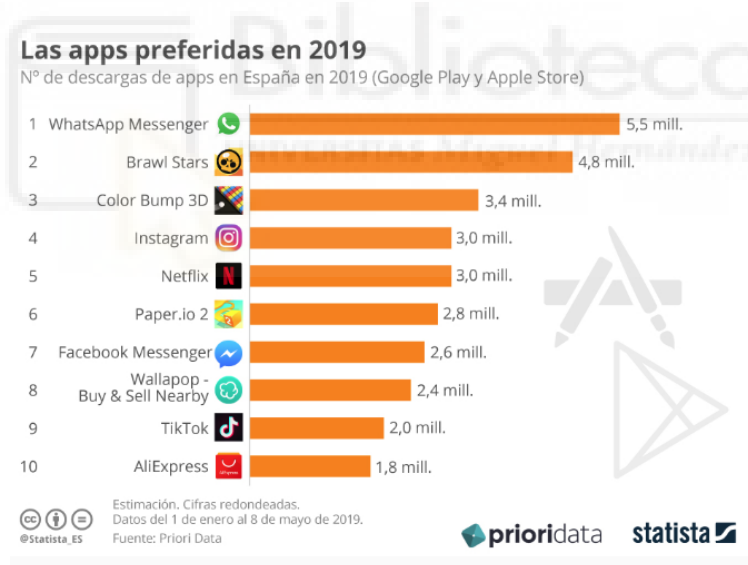
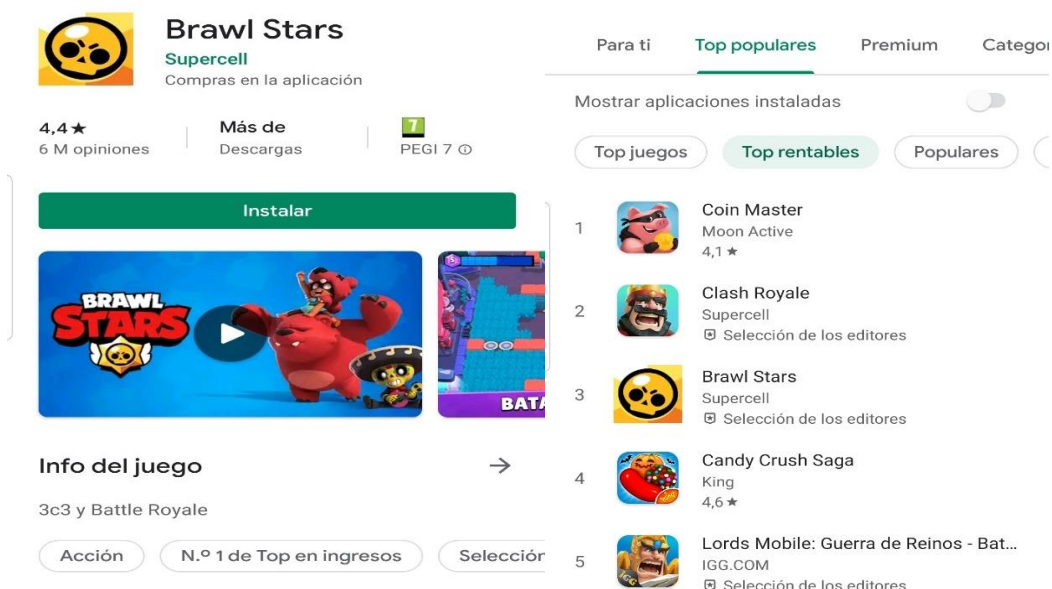


Figura 14. Fuente: Moreno, Guadalupe (2019) <<Las apps más descargadas en lo que va de año>> disponible en < <https://es.statista.com/grafico/17955/apps-mas-descargadas-en-espana-en-2019/>>

Actualmente este gráfico debe estar sufriendo variaciones por el hecho de las entradas en la Play Store de juegos como Mario Kart o Call of Duty.

Si accedemos actualmente a la Play Store podemos encontrar los siguientes datos:



Figuras 15 y 16. Fuente: Elaboración propia. Captura de pantalla de Google Play.

Realizando esta búsqueda en octubre de 2019, podemos ver que Brawl Stars se encuentra en el tercer puesto del top de más descargados rentables junto a Clash Royale, en segundo puesto. Por lo que, pese a la gran competencia a la que se enfrenta Supercell, sus juegos siguen siendo de los más descargados en el mercado español.

3. Creación de juegos para dispositivo móvil nacionales. Caso de estudio: Candy Crush

El juego para dispositivos móviles Candy Crush – perteneciente a la empresa King – nació en abril de 2012 presentándose en formato para ordenador. Tras su salida se convirtió en un éxito mundial y en 2016 sacaron el nivel 2000 debido a que muchos de los jugadores ya se habían pasado todos los niveles existentes.

Tan solo un año después de lanzar el juego la empresa King consiguió 500 millones de descargas y un año después obtuvo 245 millones de jugadores activos en Candy Crush.

Candy Crush cuenta también con otros juegos similares de la misma compañía, como Bubble Witch Saga, Jelly Saga, Soda Saga o Friends Saga; pero sin duda Candy Crush es el juego con más éxito. Mediante procedimientos como los utilizados en las máquinas tragaperras, Candy Crush consigue que el jugador genere una adicción al juego, la cual ha generado que haya usuarios con 10 horas de juego al día de media.



Figuras 17 y 18. Fuente: elaboración propia. Captura de pantalla del juego Candy Crush.

El juego ha tenido que competir con grandes títulos como Pokémon Go o el mencionado Clash Royale, pero siempre se ha mantenido dentro de los primeros puestos de popularidad.

- **Candy Crush Saga: Diseño de personajes**

En Candy Crush el punto fuerte son las mecánicas de juego. Son muy sencillas: consigue tres dulces del mismo color para acumular puntos en la partida. La ambientación del juego se sitúa alrededor del concepto del dulce. Por tanto, desarrollamos los niveles dentro de Candy Town -por ejemplo- y todos los personajes tienen una estética agradable y sencilla.

En cuanto a los personajes, todos son bastante sencillos estéticamente y sin mucha profundidad en el plano emocional, ya que en Candy Crush la historia no es el objetivo principal.

Se realizó una entrevista a Lidia Morales, Senior Lead Artist para la empresa King, y en cuanto al diseño de personajes concluyó lo siguiente:

“Si el carácter que vas a diseñar es para un juego nuevo, y no te han pedido exclusivamente tu estilo, será necesario hacerse un panel de inspiración para empezar a investigar a nivel de estilo. Dependiendo del ownership que tengas en el proyecto esto podría venir dado por el director de arte o podrías hacerlo tu misma.

Una vez se tienen claros los aspectos psicológicos, físicos, y el background del personaje (ten en cuenta que en casual games, la historia "suele" tener poco protagonismo), empiezo a hacer sketches a nivel de brainstorming, de manera libre para poder generar ideas "locas". Es hora de jugar, de experimentar, de divertirse. Intento dibujar pequeños thumbnails con distintas poses.

Cuando tengo un montón, pido una primera ronda de feedback con el equipo y/o otros artistas para ver que ideas os atraen más. Y sigo trabajando, partiendo de esa primera criba (el feedback es útil pero no significa que siempre tengas que hacerle caso). A partir de aquí empiezo a jugar con las proporciones (ya sabes, evitar la escalera), y trato de encontrar una buena silueta que sea legible. ¡Sin olvidarme de la personalidad del personaje! La clave es encontrar su carisma, que sea "imperfecto", creíble, que puedas preguntarte cosas sobre él y sepas responderlas. Intento crear el universo en el que vive, qué come, como viste, materiales, su voz, como se sienta, todo me va a dar información sobre cómo es. Y lo más importante: cuál es su objetivo, su misión.

En todo este proceso anterior, debes tener en cuenta que tu personaje se va a ver súper pequeño, con lo que debes "iconizarlo" a nivel de formas y color. Menos, es más.

Por ejemplo, si tienes un personaje con una espada, tendría sentido mostrar la espada más grande como característica principal. Lo mismo pasaría con una princesa que tuviera una larga melena, o un robotito con unas manos extensibles.... Poner el foco en aquello más característico lo hará más legible e identificable.” (Morales, 2019)

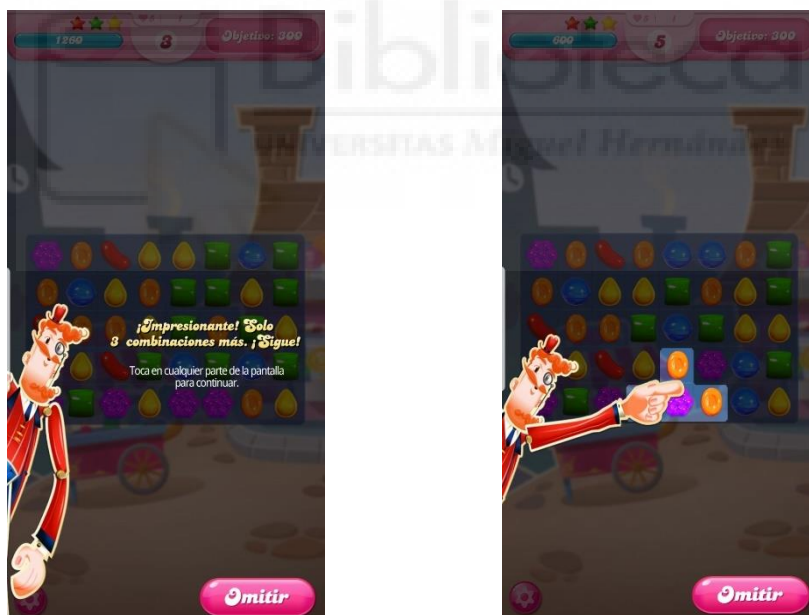
Gracias a las extendidas explicaciones de Lidia Morales, podemos ver de una forma más profunda la creación de los personajes de Candy Crush, los cuales son – como se ha dicho anteriormente – bastante sencillos pero que encajan perfectamente con la estética del juego.



Figura 19. Fuente: elaboración propia. Captura de pantalla del juego Candy Crush.

El personaje principal se llama Tiffi, la cual va ayudando a los personajes que se encuentra por los diferentes escenarios del juego. Es un personaje muy sencillo pero que funciona muy bien ya que se adapta a cualquier tipo de jugador. Es alegre y con emociones básicas: alegría cuando ganas y tristeza cuando pierdes.

Por otro lado, encontramos a Mr Toffee.



Figuras 20 y 21. Fuente: elaboración propia. Captura de pantalla del juego Candy Crush.

Este personaje nos ayudará en los tutoriales y nos proporcionará consejos siempre que el jugador lo necesite. También tiene una estética muy sencilla pero este personaje parece más mayor que la protagonista, lo que le aporta experiencia y por tanto más conocimiento del juego, lo cual le inspira confianza al jugador.

- Candy Crush: transcurso en la Play Store

Candy Crush lleva siendo uno de los juegos más famosos para plataformas móviles desde su aparición en 2012, y 7 años después sigue siendo uno de los juegos más descargados del mercado pese a los grandes competidores con los que ha tenido que enfrentarse.

Tras un análisis realizado por el periodista Samuel Fernández, concluye que:

“En 2018, la compañía ingresó 1.500 millones de dólares en todo el año según los datos de Sensor Tower, con un 63% para Candy Crush Saga y un 29% a las espaldas de Soda Saga. Una media de 4.2 millones de dólares diarios entre las aplicaciones pertenecientes al mundo Candy Crush. Sin duda, una saga muy exitosa y que, pese a haber nacido de una idea no original, ha logrado que King siga siendo, a día de hoy, uno de los pesos pesados del mercado móvil en lo que respecta a los videojuegos.” (Fernández, 2019)

En 2018, pese a ser el sexto cumpleaños del videojuego, fue uno de los 10 juegos para plataformas móviles que más facturó, detrás de Grand Order y por delante del mencionado Clash Royale.

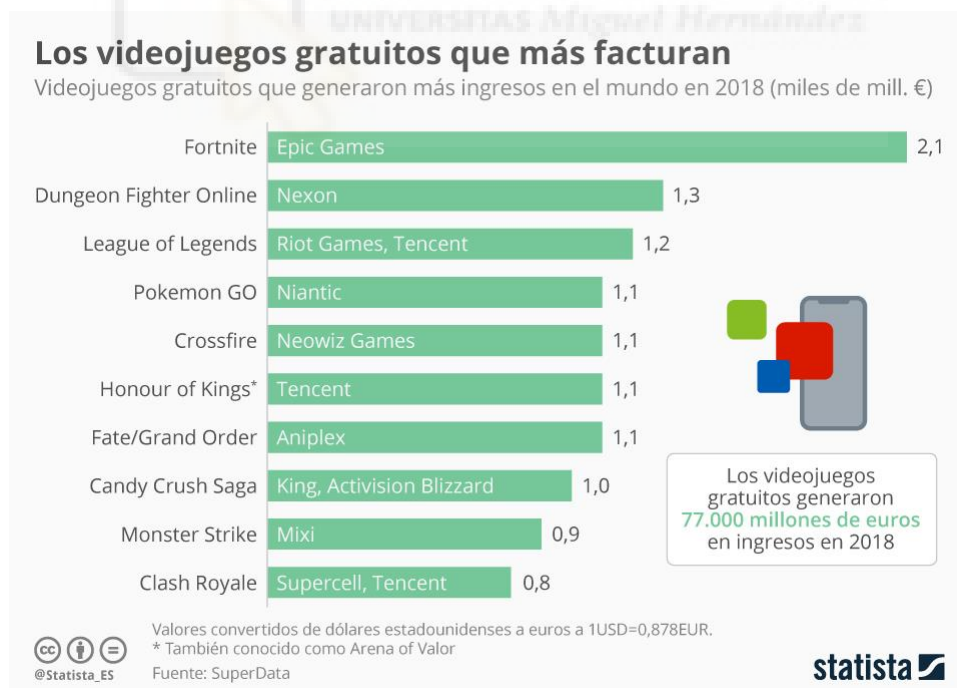


Figura 22. Fuente: Moreno, Guadalupe <<Fortnite, el videojuego gratuito que más facturó en 2018>> disponible en < <https://es.statista.com/grafico/16697/videojuegos-gratuitos-ingresos/>>

Según la entrevistada Lidia Morales, el proceso de creación de King se basa en:

“En King la manera de trabajar depende de cómo se gestiona cada equipo y proyecto. Hay artistas que tienen un perfil más generalista y otros más especialista, con lo que la partición de tareas depende mucho de las skills de los miembros del equipo.” (Morales, 2019).

- **Conclusiones obtenidas tras el análisis de dos casos de estudio**

Como hemos podido observar, las estrategias para la creación de personajes tanto de Supercell como de King son bastante similares. En las entrevistas realizadas, Paul Chambers nos habló de un sentimiento como clave principal para la creación de sus personajes mientras que Lidia Morales recalca el término emoción para sus creaciones. Conceptos que son bastante similares y que gracias a que se parte de esta base los diseñadores son capaces de crear personajes únicos y con personalidades fuertes y diferenciadas de cualquier otro juego. Siendo Brawl Stars y Candy Crush dos grandes pilares de los videojuegos de plataformas móviles hoy en día, no podemos negar la originalidad de cada uno, ya que son videojuegos muy diferentes. Mientras que en uno dedicamos a juntar dulces en solitario, en el otro nos enfrentamos con un equipo en el campo de batalla a varios rivales online.

Está claro que en Brawl Stars saber diferenciar bien un personaje de otro es mucho más importante que en Candy Crush, ya que aquí los personajes solo están como apoyo estético y como reclamo para el público.

En Brawl Stars el diseño de los personajes es clave para que los jugadores decidan descargar este juego u otro, ya que las mecánicas de cada personaje son cruciales para el jugador.

Un punto que ambos juegos tienen en común es la necesidad de reinventarse cada poco tiempo para poder seguir en el pódium de juegos más populares. Candy Crush tiene una innegable capacidad de reinvención ya que es uno de los juegos más populares desde hace siete años y no parece que se vaya a hundir pese a los nuevos peces gordos como Fornite, Call of Duty o Mario Kart. Brawl Stars aún debe asentarse, pero perteneciendo a una compañía como SuperCell

– que tantos éxitos ha cosechado – no cabe duda de que el fracaso no será un problema.

Estas dos grandes empresas se nutren de una buena comunicación tanto con sus trabajadores como con los propios jugadores, creando juegos con personajes y mecánicas originales y que le gustan a un target muy amplio.



Diseño y creación de personaje: Ben Shine



1. Contexto del personaje y características clave

El personaje que va a ser creado para este proyecto proviene de la idea para un juego para plataformas móviles llamado Splash. El juego consiste en realizar un dibujo a contrarreloj online con un contrincante con el que tienes que lanzarte una serie de “fastidios” que aparecen de forma aleatoria para poder aventajar a tu rival y ganar la partida. El juego es sencillo y cada partida dura 2 minutos. Para añadir dinamismo y originalidad se ha querido añadir a un personaje clave que guíe el juego y ejerza de “presentador”, ya que es un formato concurso.

La figura del presentador en este juego consiste en guiar al jugador en múltiples acciones como los tutoriales iniciales, aconsejarle durante la partida o indicarle las bonificaciones o subidas de nivel.

Se realizó una investigación previa mediante la Play Store para Android en 2018-2019 y los resultados obtenidos en los videojuegos españoles con una figura de presentador fueron los siguientes:



Figura 23. Fuente: elaboración propia. Captura de pantalla del videojuego de pasapalabra.

En la app de Pasapalabra podemos encontrar la figura del presentador natural del programa, pero con una estética poco elaborada y que podría estar mucho más pulida y acorde con la temática del juego.



Figura 24. Fuente: elaboración propia. Captura de pantalla del videojuego de saber y ganar.

En la app de Saber y Ganar la figura del presentador también necesita una actualización a los nuevos tiempos. El presentador carece de una estética adecuada, apenas aporta dinamismo y, pese a ser una figura muy reconocida en España, apenas tiene el encanto del programa real.

No se encontraron más aplicaciones móviles con figura de presentador a nivel nacional. Por lo que creo que es necesario una actualización de este tipo de personajes, ya que, creo que esta estética no llama en absoluto al jugador, y no podemos olvidar lo importante de la estética en los videojuegos a la hora de llamar la atención de los posibles nuevos jugadores.

Trataré de realizar la figura del personaje utilizando colores y técnicas más apropiadas para un videojuego contemporáneo pensado para un target de entre 8 a 25 años.



Figura 25. Fuente: Farji, Guido <<Clasificación de juegos móviles>> disponible en <<https://medium.com/flameads/https-medium-com-flameads-te-lo-defino-asi-nomas-71291eba82aa>>

Tras investigar sobre las posibles clasificaciones para videojuegos, Splash estaría clasificado como un videojuego de la categoría Casual, concretamente en Puzzles, ya que guarda relación con juegos como Tetris, Preguntados, Candy Crush...

El personaje de Ben Shine nace como una figura glamurosa que le da al juego el toque “gamberro” y además aporta dinamismo para que el jugador sienta que cada partida es única, ya que el presentador irá comentando la partida en función de cómo el jugador va con respecto a su contrincante.

En un primer momento me pregunté: ¿cómo es este personaje? ¿qué características le definen? Como podemos leer en la entrevista con Lidia Morales, debes de plantearte cómo sería una conversación con el personaje que vas a crear, pensar en todas las preguntas que te puedes plantear sobre él.

Realicé una tabla con las características físicas y psicológicas del personaje para que lo hagan único y original, además de adaptarlo a la temática del videojuego (la pintura).

CARACT. FÍSICAS	CARACT. PSICOLÓGICAS
Bigote	Carismático
Pajarita de considerable tamaño	Sarcástico
Cabeza de considerable tamaño	Humorístico
Pincel micrófono	Intenso

Características físicas:

- El **bigote** es una aportación estética al personaje que lo lleva a la moda artística pictórica tanto contemporánea como de años atrás. Podemos ver el tipo de bigote que lleva Ben Shine en personajes famosos como Dalí, directamente relacionado con el mundo de la pintura, por tanto, es una referencia directa.
- La **pajarita** aporta simpatía al personaje, ya que lo relaciona con el mundo circense y por ende, da la sensación de cercanía y humor, puesto que el tamaño tan absurdamente grande le da un toque humorístico que relaja su figura de elegancia.
- El hecho de tener la **cabeza grande** es porque en el juego se utilizará un primer plano del personaje constantemente, a excepción del menú principal. Por tanto, es interesante realzar el tamaño de la cabeza en comparación con el cuerpo. Además, si creamos un cráneo más grande que el cuerpo, el espectador lo asociará como síntoma de inteligencia en el personaje.
- El **pincel micrófono** es un elemento esencial en la figura del presentador. Esto le aporta simpatía para el jugador ya que le da vida al micrófono.
- Su **pelo** tiene la forma de un pincel, aunque no de manera exagerada se quiere hacer esa similitud para estar en armonía con su micrófono.

Características psicológicas:

El sentimiento clave del personaje de Ben Shine es el sarcasmo. Es la característica fundamental del personaje, de la cual se ha procedido a desarrollar su aspecto. Quería darle un aspecto más andrógino, de ahí la utilización de tacones, para normalizar la utilización de estos en las figuras masculinas y darle

un toque más divertido a la estética. Hay una intencionalidad en que el personaje sea *Queer*, que, aunque en ningún momento se mencione, quería que mediante su físico se pudiera entender que el personaje no sigue roles de género. Esto lo quiero introducir ya que creo que es importante normalizar este tipo de personajes, puesto que no hay mucha variedad y en 2019 debería haber aún más cantidad de personajes de este tipo introducidos en los videojuegos (ya sea de móvil o de consola).

Además del sarcasmo, podemos encontrar en Ben Shine más elementos importantes como el humor o el carisma. Dado que es un personaje destinado a un target joven, además de ser un juego muy casual, se busca que el jugador se divierta con Ben Shine, que quiera interactuar con él y ver qué te dice si actúas de una manera u otra.

Por tanto, Ben Shine es un personaje destinado a guiar al jugador y además divertirlo para que la experiencia de juego sea lo mejor posible.

2. Referencias

Como referencias visuales nos encontramos claramente con la figura de Buzz. Es una figura de presentador más “estándar” que responde a los estereotipos que concebimos de un presentador medio. Este personaje me ha servido de mucho ya que no pude encontrar demasiados personajes con la figura de presentador que estén tan bien creados como este.



Figura 26. Fuente: Nae (2008) <<Análisis de *Buzz!* El multiconcurso>> disponible en <<https://www.anaitgames.com/analisis/analisis-de-buzz-el-multiconcurso>>

Otro personaje con referencia directa sobre Ben Shine es el presentador de Saber es Poder, el cual también tiene un aspecto glamuroso, aunque con una estética más oscura.



Figura 27. Fuente: Denny, Michael (2017) <<E3 2017 | PlayLink – Agarra tu teléfono o tu tablet y desafía a tus amigos en PS4>> disponible en < <https://blog.es.playstation.com/2017/06/13/e3-2017-playlink-agarra-tu-telfono-o-tu-tablet-y-desafa-a-tus-amigos-en-ps4/>>

En cuanto al apartado humorístico, mis referencias han sido las siguientes: Waluigi de *Super Mario Bros* y el Dr. Neo Cortex de *Crash Bandicoot*.



Figura 28. Fuente: LeemyKopa, (2017) <<Super Mario 64 3DS>> disponible en <https://mariofanon.fandom.com/es/wiki/Super_Mario_64_3DS>



Figura 29. Fuente: Montero, Damián (2017) <<Crash Bandicoot: los mejores personajes de la saga>> disponible en < <https://www.alfabetajuega.com/noticia/crash-bandicoot-los-mejores-personajes-de-la-saga-n-80303>>

Estos personajes -pese a ser villanos en sus respectivos juegos- tienen un aspecto humorístico por la disposición de sus facciones y quería que mi personaje tuviera ese aspecto simpático para que el público se sintiera cómodo.

3. Bocetos y estructura

- Bocetos

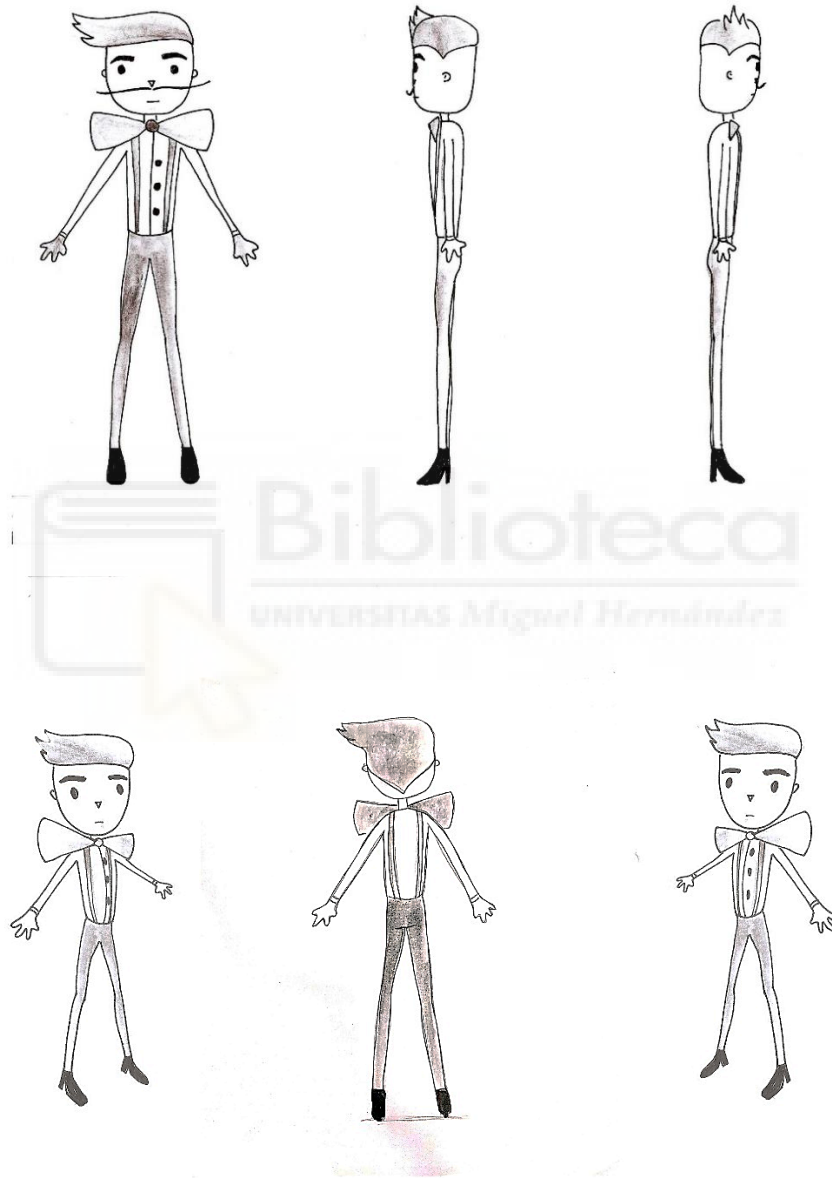
Para el nacimiento del personaje desarrollé una alta cantidad de bocetos hasta conseguir un diseño ideal. Siempre han estado presentes los elementos esenciales, tales como la pajarita o el bigote, pero atravesé diferentes fases en la creación, dotándole de un estilo más infantil o con unos rasgos muy marcados.



Figuras 30, 31, 32 y 33. Fuente: Elaboración propia. Bocetos de Ben Shine.

- **Vistas**

Realicé las vistas del personaje de forma frontal, lateral, trasera y tres cuartos para dar una correcta información del personaje.



Figuras 34 y 35. Fuente: Elaboración propia. Vistas de Ben Shine.

- **Figuras geométricas**

El personaje se compone de formas sencillas y en su mayoría alargadas.

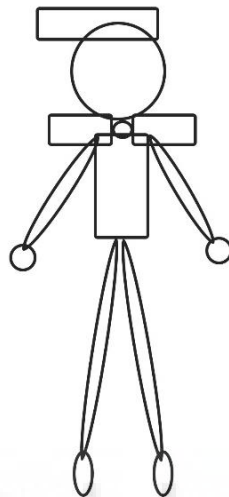


Figura 36. Fuente: Elaboración propia. Geometría de Ben Shine

- **Silueta**

La silueta del personaje le da la personalidad clave que se busca, confirmando que el personaje es reconocible con tan solo sus formas.

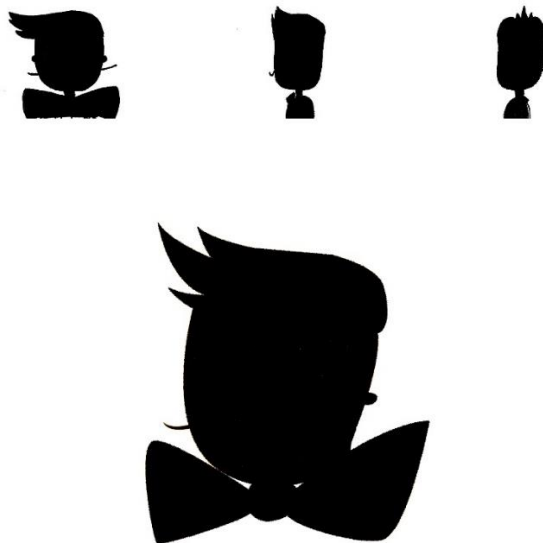


Figura 37. Fuente: Elaboración propia. Siluetas de Ben Shine.

- **Expresiones**

Realicé diferentes expresiones en el personaje para que se perciba correctamente su personalidad y sus distintas facetas.



Figura 38. Fuente: Elaboración propia. Expresiones de Ben Shine.

- Paleta de color

Los colores del personaje querían que fueran muy básicos y que llamaran la atención. Tras investigar acerca de la teoría del color decidí que para resaltar elementos como los tacones o la pajarita utilizaría un color fuerte, como es el fucsia para que tengan mucha fuerza visual y llame la atención del espectador, además de asociarlo con la fabulosidad que le caracteriza.

Por contraposición quise añadir azules para también hablar del lado masculino, que en este personaje está compartido en gran medida con su feminidad, dando a entender una estética andrógina.



Figura 39. Fuente: elaboración propia. Paleta de color de Ben Shine.

Los colores escogidos son:

- #452E12
- #A5E6A
- #D7EFE7
- #F3436C
- #FFC79F

Por tanto, la paleta de color es muy sencilla, pero con unos colores definitorios del personaje que ayudan a identificarlo fácilmente con tan solo ver el fucsia junto al azul.

4. Diseño final

Después del estudio de la anatomía y personalidad del personaje, tras muchos bocetos y lecturas, creé este diseño final para el personaje de Ben Shine:



Figura 40. Fuente: Elaboración propia. Diseño final de Ben Shine.

Utilizando este diseño realicé un tamaño idóneo para la imagen de la app del juego de Splash:



Figura 41. Fuente: elaboración propia. Diseño final app Ben Shine.

5. Conclusiones

La industria del videojuego es un mercado muy amplio y con muchísimas posibilidades. Tras todo el estudio e investigación sobre el tema, centrándonos en los videojuegos específicos para plataformas móviles, hemos podido observar que en este tipo de videojuego hay un sector enorme, ya que el target es muy amplio. Desde niños pequeños hasta ancianos tienen smartphones y tablets, así que los videojuegos pueden estar enfocados a cualquier rango de edad. Por lo que hemos conocido por las entrevistas es que este mercado está bastante demandado por las compañías, por motivos evidentes. Por tanto, es complicado destacar con un juego novedoso y llegar al top de las aplicaciones más descargadas, pero con las herramientas adecuadas se pueden llegar a tener ideas que se adapten bien al mercado actual.

Las entrevistas a Paul Chambers y Lidia Morales nos han aportado conocimientos muy útiles a la hora de crear personajes, ya que, pese a que trabajan de forma diferente, los conceptos que utilizan son muy similares. Ambos trabajan para dos empresas gigantes de este negocio, y sus conocimientos han ayudado mucho para la investigación a nivel nacional e internacional de este sector.

Tras todo el proceso de investigación, podemos concluir que, en España, en concreto en lo que respecta a juegos tipo concurso, la figura de presentador tiene que evolucionar mucho para llegar a la altura del diseño de personajes del mercado actual.

Con la visión aportada por el trabajo teórico, la realización del personaje de Ben Shine ha sido mucho más completa y apropiada para su destino: un juego para plataformas móviles. Como hemos aprendido en las entrevistas, el personaje se ha realizado partiendo de características muy sencillas pero que le dan mucha personalidad y originalidad. Ya sea como sarcástico o humorístico, estos pequeños detalles le aportan al personaje la personalidad que buscábamos.

El proceso ha sido completado con éxito y el diseño final se ajusta a las características requeridas para un personaje de su tipo. Si lo aplicáramos a un proyecto llevado a la realidad, el personaje podría tener posibilidades de éxito a nivel nacional dado que la competencia no trabaja lo suficiente este diseño de personajes.

Por lo tanto, el diseño de personajes es un camino muy complejo ya que debemos de simplificar al personaje lo máximo posible para poder expresar con claridad lo que queremos transmitir de él. Es un proceso arduo pero que vale la pena al llegar a la idea que buscabas y ver tu personaje tomar vida. Las investigaciones han sido complicadas en algunas partes, pero ha valido la pena para obtener el conocimiento que nos han otorgado.

El mundo de los videojuegos sigue creciendo a un ritmo vertiginoso y quién sabe hasta donde podremos llegar, de momento seguiremos creando con todo el imaginario que nos sea posible para entretener y -quizás- ayudar a los jugadores y jugadoras en sus vidas.

Bibliografía

Anónimo (2017) << La evolución de los videojuegos para el móvil: de Snake a Super Mario Run>> disponible en <<https://www.europapress.es/portaltic/videojuegos/noticia-evolucion-videojuegos-movil-snake-super-mario-run-20161004085944.html>> Recuperado el 14/06/2019

Desarrollo Español de Videojuegos (2019), <<El libro blanco del desarrollo español de videojuegos 2018>> disponible en <<http://www.dev.org.es/images/stories/docs/Resumen%20ejecutivo%20-%20Libro%20Blanco%20DEV%202018.pdf>> Recuperado el 5/05/2019

Fernández, Samuel (2019) << Siete años de Candy Crush, los caramelos digitales más valiosos de la historia>> disponible en <<https://www.xatakamovil.com/aplicaciones/siete-anos-candy-crush-caramelos-digitales-valiosos-historia>> Recuperado el 3/09/2019

García, José (2018) << Clash Royale, Candy Crush, Fornite y más: el podio de los juegos móviles amasa más de 4.500 millones de dólares en 2018>> disponible en <<https://www.xatakamovil.com/aplicaciones/clash-royale-candy-crush-fornite-podio-juegos-moviles-amasa-4-500-millones-dolares-2018>> Recuperado el 20/07/2019

González, Alberto (2019) << Brawl Stars: TODOS los personajes y estadísticas - ¿Cuál es el mejor brawler?>> disponible en <<https://vandal.elespanol.com/guias/guia-brawl-stars-trucos-y-consejos-para-ganar/personajes-y-habilidades>> Recuperado el 25/07/2019

Guillem, Gonzalo (2019) << Brawl Stars alcanza los 75 millones de descargas>> disponible en <<https://esports.eldesmarque.com/brawl-stars/brawl-stars-descargas-63973>> Recuperado el 20/07/2019

Linares, Iván (2017) <<Clash Royale es una mina de oro>> disponible en < <https://elandroidelibre.espanol.com/2017/02/clash-royale-mina-oro-supercell.html>> Recuperado el 3/07/2019

Linares, Iván (2018) << Google añade un juego secreto a tu Android: disfruta el nuevoSnake>> disponible en <<https://elandroidelibre.espanol.com/2018/05/google-juego-secreto-android-snake.html>> Recuperado el 14/06/2019

Martí, Anna (2017) << ¿Qué fue del Snake, el mítico juego de la serpiente de Nokia?>> disponible en < <https://www.xatakamovil.com/movil-y-sociedad/que-fue-del-snake-el-mitico-juego-de-la-serpiente-de-nokia>> Recuperado el 19/10/2019

My Nintendo News Admin (2014), << Sakurai Says The Process Of Creating Smash Bros Character Takes Over A Year>> disponible en < <https://mynintendonews.com/2014/10/01/sakurai-says-the-process-of-creating-smash-bros-character-takes-over-a-year/>> Recuperado el 5/05/2019

Onieva, David (2018) << Así triunfa el nuevo éxito de Supercell Brawl Stars, ¿superará a Clash Royale en su primera semana?>> disponible en < <https://www.adslzone.net/2018/12/23/supercell-brawl-stars-clash-royale/>> Recuperado el 4/09/2019

Parente, Daniel (2015) <<Roles en la creación de un videojuego>> disponible en <<https://www.devuego.es/blog/2015/05/08/roles-en-la-creacion-de-videojuegos-iii-el-arte/>> Recuperado el 10/06/2019

Pastor, Javier (2014) <<Supercell, así es la nueva empresa rompedora en videojuegos móvil>> disponible en < <https://www.xatakamovil.com/movil-y-sociedad/supercell-asi-es-la-nueva-empresa-rompedora-en-videojuegos-movil/>> Recuperado el 20/06/2019

Supercell <<Our Story>> disponible en < <https://supercell.com/en/our-story/>> Recuperado el 20/07/2019

Anexo I. Entrevista a Paul Chambers – Lead Artist en Brawl Stars

- What is your procedure to create a character?

My process for creating a character usually starts at the game level. The mechanics. For Brawl, a lot can affect the design... have they got a lot of health, are they fast or slow moving, close range or distance... Those stats usually affect what body type or base of a character is going to be. Then I start research. Say it was a flame thrower character... I research flame throwers and start collecting reference. The more reference you get, the more you will see patterns of design, and then I will try to avoid those as much as possible to try to achieve a more unique design. It's important to have negative reference of design elements you want to avoid as much as it is to have positive reference.

Mi proceso para crear un personaje normalmente comienza en el nivel del juego. Las mecánicas. Para Brawl, muchas cosas pueden afectar al diseño. ¿Los personajes tienen mucha vida?, ¿son rápidos o lentos?, ¿tienen un rango cercano o son a distancia? Todos esos parámetros normalmente afectan al tipo de cuerpo o la base donde el personaje para estar. Después comienzo la búsqueda. Por ejemplo, si es un flame thrower pues busco referencias y empiezo a guardar referencias. Cuantas más referencias consigues, más diseños podrás observar, y una vez analizados intento apartarlos lo máximo posible para crear un diseño más único. Es importante también tener referencias negativas de lo que quieres evitar, casi tanto como las referencias positivas.

- Is there a key difference to create a character for a smartphone game than for another platform?

there is no real difference in creating a character for a smartphone than another platform. The phones are so powerful now that you can go fairly detailed with the models now. Only real factor is the size that the character will appear on screen, that's the main design concern. I personally don't think that creating a character for a mobile game should come at the cost of quality.

Realmente no hay ninguna diferencia en crear un personaje para smartphone como en cualquier otra plataforma. Los teléfonos actualmente son muy poderosos por lo tanto puedes detallar mucho más los personajes. El único factor importante es el tamaño que el personaje va a tener en pantalla, ese es el mayor problema de diseño. Personalmente no creo que crear un personaje para móvil deba tener una peor calidad que para cualquier otra plataforma.

- Brawl Stars characters are very well defined, how is that definition achieved with characters that barely speak?

the key to Brawl characters is keeping it simple. I try and think of one key emotion for each character (angry, cocky, shy etc) and then serves as quite a strong base. The characters don't need to be overly complex as it is more about how the group of characters interact with each other that shows the player their character. If every character had a full range of emotions I don't feel they would be so defined or different from one another.

La clave para los personajes de Brawl es mantenerlos simples. Yo intento y pienso en una emoción base para cada personaje (enfado, timidez, etc) porque luego eso me da una base fuerte. Los personajes no necesitan ser muy complejos, es más cómo el grupo de personajes interactúan entre ellos para que el jugador pueda ver sus caracteres. Si todos los personajes tuvieran un gran rango de emociones no estarían tan bien definidos y no serían tan diferentes los unos de los otros.

- What part do you consider more complicated in the process of creating a character?

the most complex part is coming up with unique designs. I like to play off tropes a lot, common designs you might see (a cowboy or a pirate) then twist the players expectation on them. A cowboy who hates guns or a pirate who is scared of water, that kind of thing can set up a more unique feeding character. When it's something that has never been done or seen before, it's a whole different situation. You are constantly trying to second guess yourself with the details as players wouldn't have an expectation to begin with, so it just lies with yourself to come up with them. That can be tricky as they can end up too weird or abstract.

La parte más compleja llega cuando necesitas un diseño único. Me gusta crear personajes típicos, como un cowboy o un pirata, pero después cambiar las expectativas del jugador. Por ejemplo un cowboy que odia las armas o un pirata que le da miedo el agua, ese tipo de cosas crea personalidades únicas. Cuando es algo que nadie antes ha hecho o se ha visto, es una situación totalmente distinta. Siempre estás tratando de adivinar los detalles, ya que los jugadores no tendrían una expectativa para empezar, por lo que solo te corresponde inventarlos. Eso puede ser complicado, ya que pueden terminar siendo demasiado raros o abstractos.

- What or who inspires you for your work?

my biggest inspiration are old video games I played when I was young. Mega Man, Kirby, Zelda... mostly Nintendo or Capcom stuff. They always make the most iconic characters, so I've always wanted to get to that level. Outside of that I watch a lot of cartoons, stuff with a sense of humour and clever writing, like Gumball, Regular Show or Dexter's Lab.... My other main influence is usually toys or product design, specifically stuff coming from Japan or Korea. I love that all their products have cute wee mascots or graphics and I try to carry that into my own work. I think that when you create something with the view of being a product (a T-shirt, a mug or a toy) you end up having to think deeper and it usually helps to come up with stronger designs

Mi mayor inspiración son videojuegos antiguos a los que jugaba cuando era pequeño. Mega Man, Kirby, Zelda... la mayoría de Nintendo o Capcom. Ellos siempre hacían los personajes más icónicos, así que siempre he querido tener ese nivel. También veía muchos dibujos animados, cosas con sentido del humor y guiones inteligentes, como Gumpall, Regular Show o El laboratorio de Dexter... Mi otra mayor influencia es el diseño de juguetes, específicamente los que proceden de Japón o Korea. Me encantan todos los productos que tienen mascotas o gráficos adorables e intento llevar eso a mi trabajo- Creo que cuando creas algo con la intención de que sea un producto (camisetas, tazas o juguetes) acabas teniendo que pensar más profundo y eso normalmente te ayuda a crear diseños más fuertes y definidos.

- How does Supercell work when it comes to "sharing" character creation tasks? I mean, if a person takes a character or is divided by tasks or work phases.

at supercell every team is different and each game has its different needs in terms of how complex the characters are. On Brawl we talk about the design first, then we bounce a few ideas around (this is usually cross discipline, artists and coders). Then when we have an idea for the core design, I will start a concept, when the concept is done it goes to 3D modeller, then finally animation and FX. There will be a lot of back and fourth discussions and a lot of tweaks and edits to make sure it's all technically possible

En Supercell cada equipo es diferente, y cada juego tiene unas necesidades distintas en términos de cómo de complejos son los personajes. En Brawl primero hablamos sobre el diseño, luego lanzamos algunas ideas (esto normalmente lo realizan los artistas y programadores). Después llegamos a una idea para el diseño central. Empezaré con un concepto, cuando ese concepto esté hecho lo pasan a un modelador 3D, después animación y finalmente FX. Habrá muchas discusiones, muchos ajustes y ediciones para asegurar que todo sea técnicamente posible.

**- Can it be more complex to express many things through simple concepts?
Due to the difference between smartphone games and other platforms.**

personally I don't see simple concepts as simple. The more simple a thing, the more difficult it is to create as people usually want to add more details or complexity. A lot of people aren't comfortable with simplifying, I think it's a really under appreciated skill.

I think the main challenge of communicating complex ideas through smartphone games vs console games is the how to players use the device. Traditionally they see mobile games as a thing to do on the commute to work, or sitting on the toilet.. so play time is limited. I think it's tough to have complexity when people only want to play for short play sessions of 5 or so minutes.

Personalmente, no creo que los conceptos sencillos sean fáciles. Cuanto más simple es algo, más difícil es de crear ya que normalmente la gente quiere agregar más detalles o complejidad. Hay mucha gente que no se siente cómoda con simplificar, creo que es una habilidad subestimada.

Creo que el principal reto de comunicar ideas complejas a través de videjuegos de smartphone vs videojuegos de consola es cómo los jugadores usan el dispositivo. Tradicionalmente, la gente ve los juegos de móvil como algo para desconectar del trabajo o ir al baño... Así que el tiempo de juego es limitado. Creo que es difícil tener complejidad cuando la gente solo va a jugar en sesiones de 5 o 10 minutos.

- What do you think will be the future of the video game on smartphone?

(this is my opinion) I think smart phone marketplace is so crowded at the minute, so it's really tough to get breakthrough hits. There are so many free to play games that they have kind of lost their impact or interest for people. Most players who play free to play games usually have their favourites so it can be difficult (and costly) to get them to play something new and each game is costing more and taking longer to make. With that, the risk becomes higher so bigger projects are likely to get cancelled in favour of short life performing games like hyper casual games that can perform well initially but don't hold players interest. I have big

hopes for Apple Arcade though. I feel that their new approach to profit share and pay models will allow devs to create more interesting games or entice more indie console games to consider mobile releases.

En mi opinión - Creo que el mercado de smartphones está tan lleno en el momento, por lo que es realmente difícil obtener éxitos revolucionarios. Hay tantos juegos gratuitos que han perdido su impacto o interés para la gente. La mayoría de los jugadores que juegan gratis suelen tener sus favoritos, por lo que puede ser difícil (y costoso) hacer que jueguen algo nuevo y cada juego cuesta más y lleva más tiempo. Con eso, el riesgo se vuelve más alto, por lo que es probable que los proyectos más grandes se cancelen a favor de juegos de corta duración como los juegos hiper casuales que pueden funcionar bien inicialmente pero que no interesan a los jugadores. Sin embargo, tengo grandes esperanzas para Apple Arcade. Siento que su nuevo enfoque de los modelos de pago de participación en las ganancias permitirá a los desarrolladores crear juegos más interesantes o atraer más juegos de consola independientes para considerar los lanzamientos móviles.



Anexo II. Entrevista a Lidia Morales: Senior game artist en *King*

- ¿Cuál es tu procedimiento para crear un personaje?

Idealmente, se parte de un pequeño briefing del personaje o pequeña historia para empezar a diseñarlo.

Si el carácter que vas a diseñar es para un juego nuevo, y no te han pedido exclusivamente tu estilo, será necesario hacerse un panel de inspiración para empezar a investigar a nivel de estilo. Dependiendo del ownership que tengas en el proyecto esto podría venir dado por el director de arte o podrías hacerlo tu misma.

Una vez se tienen claros los aspectos psicológicos, físicos, y el background del personaje (ten en cuenta que en casual games, la historia "suele" tener poco protagonismo), empiezo a hacer sketches a nivel de brainstorming, de manera libre para poder generar ideas "locas". Es hora de jugar, de experimentar, de divertirse.

Intento dibujar pequeños thumbnails con distintas poses.

Cuando tengo un montón, pido una primera ronda de feedback con el equipo y/o otros artistas para ver que ideas os atraen más. Y sigo trabajando, partiendo de esa primera criba (el feedback es útil pero no significa que siempre tengas que hacerle caso). A partir de aquí empiezo a jugar con las proporciones (ya sabes, evitar la escalera), y trato de encontrar una buena silueta que sea legible. ¡Sin olvidarme de la personalidad del personaje! La clave es encontrar su carisma, que sea "imperfecto", creíble, que puedas preguntarte cosas sobre él y sepas responderlas. Intento crear el universo en el que vive, qué come, como viste, materiales, su voz, como se sienta, todo me va a dar información sobre cómo es. Y lo más importante: cuál es su objetivo, su misión. ¿Qué quiere? Este para mi es el momento más maravilloso de la creación de personajes: ver como esa criatura va cogiendo forma y crece en tus manos. ;) y más feedback! Una vez tienes el personaje, pruebo distintos outfits, cabellos, atrezzo, etc una vez

cerrado el diseño, paso al color: me hago pequeños test de color y una vez aprobado, finalmente pasaríamos al render final que vendría dado por el estilo del juego.

La mayoría de los juegos son 3D, así que la parte de hacer el turnaround y diseñar el personaje en pose T (para el modelador) sería imprescindible. Y ahí no se acaba...la comunicación con el modelador 3D es muy importante para q entre los dos, consigáis sacarle el máximo partido al personaje y puedas facilitarle todo lo q necesita.

- ¿Existe alguna diferencia clave para crear un personaje para un juego de smartphone que para otra plataforma?

En todo este proceso anterior, tienes que tener en cuenta que tu personaje se va a ver súper pequeño, con lo que debes "iconizarlo" a nivel de formas y color. Menos, es más.

Por ejemplo, si tienes un personaje con una espada, tendría sentido mostrar la espada más grande como característica principal. Lo mismo pasaría con una princesa que tuviera una larga melena, o un robotito con unas manos extensibles.... **Poner el foco en aquello más característico lo hará más legible e identificable.**

De todos modos, al menos en los juegos en los que yo he trabajado, solíamos tener dos versiones del personaje: una versión simplificada y en menor tamaño para el saga, y otra versión más detallada para la mainscreen, popups, celebraciones, etc

El color debe ser menos saturado que la UI y debería entenderse bien encima del gameplay y del saga (si tiene).

- **¿Te resultan más sencillos de crear los personajes para plataformas móviles?**

El proceso de creación de personajes que se sigue en videojuegos no dista mucho del de otros campos como la animación, **exceptuando los tiempos de pre producción y el requisito de la pequeña pantalla**. No es necesariamente más sencillo. :)

- **¿Qué parte consideras más complicada en el proceso de crear un personaje?**

En ocasiones, si estás diseñando para una franquicia, el diseño de personajes no es tan libre y creativo pues el departamento de marketing tiene unas necesidades que hay que cubrir.

- **¿En qué o quién te inspiras para crear un personaje?**

Me hago un panel de referencias inspirado tanto en otros trabajos artísticos (actuales, pinturas, fotos...), como en personas reales (de tu entorno como la familia o tus compañeros de trabajo, la vecina de 99 años, actores, cantantes...).

Me es súper útil para ponerme un foco a la hora de trabajar.

En mi trabajo personal, a veces voy a tiro hecho porque tengo ya el personaje en mi cabeza y no tengo requisitos ni consignas que cubrir. :P

- **¿Qué piensas que es fundamental para una buena definición del personaje?**

La historia, el diseño y la emoción. Si algo de esto no está cubierto, se nota.

- **¿Cómo trabaja King a la hora de “repartir” las tareas de creación de personajes? Quiero decir, si una persona lleva a un personaje o se reparte por tareas o fases de trabajo.**

En King la manera de trabajar depende de cómo se gestiona cada equipo y proyecto. Hay artistas que tienen un perfil más generalista y otros más especialista, con lo que **la partición de tareas depende mucho de las skills de los miembros del equipo.**

Desde mi punto de vista, lo ideal es que el concept artist diseñe el personaje y el 3D artist lo modele.

- **¿Puede resultar más complejo el expresar muchas cosas mediante conceptos sencillos? Debido a la diferencia entre juegos para smartphone y otras plataformas.**

Bueno, es importantísimo comprobar constantemente lo que estás creando en la pantalla de un smartphone, para ver si funciona. "Fail fast" se suele decir. Intenta cometer todos los errores al principio. A nivel de efectos y animaciones pasa lo mismo. De hecho, lo bueno del proceso de creación de videojuegos es que todo el equipo (programadores, diseñadores, artistas, UX..) trabajan como una unidad con lo que entre todos se salvan obstáculos.

- **¿Cómo crees que será el futuro del videojuego en smartphone?**

Esa pregunta debería hacértela yo a ti, q eres el futuro ;)

Anexo III. Explicación del videojuego Splash.

¿Qué es Splash?

Splash es un juego de móvil online cuyo objetivo es realizar un dibujo lo más fiel a la plantilla que se le dé al jugador posible. Durante dos minutos los dos rivales se podrán mandar diferentes fastidios para ponerse por encima y ganar la partida.

Cómo se juega

Una vez los dos jugadores estén listos, el presentador comenzará la partida nombrando a los dos jugadores, seguidamente ambos lanzarán un dado tres veces por turnos, para repartirse los seis colores entre los dos de forma aleatoria.

Una vez hecho esto, aparecerá durante 5 segundos la imagen final que se deberá alcanzar. Después su opacidad bajará hasta un 20%.

Durante dos minutos los jugadores deberán tratar de conseguir ese dibujo lo más fielmente posible mientras superan todos los obstáculos.

Una vez terminada la partida, el juego medirá mediante una serie de puntos el grosor, el color y el trazo de cada dibujo final. El jugador con más puntos gana la partida.

ESPACIO

Al comienzo del juego, el jugador encontrará un menú principal para poder iniciar una partida o para ver su perfil.

Si elige jugar, aparecerá una lista de sus contactos para hacerles una petición de partida y, por otro lado, un botón para buscar a gente aleatoria.

Una vez comience la partida el lugar donde el jugador deberá desarrollar su dibujo será sobre un lienzo que ocupará casi toda la pantalla del juego.

TIEMPO

El juego posee un tiempo continuo online, es decir, que ambos jugadores tendrán un tiempo determinado en la partida para llegar al objetivo final y lo realizarán simultáneamente desde sus respectivos dispositivos móviles.

La partida dura 2 minutos.

OBJETOS, ATRIBUTOS Y ESTADOS

- Pincel: El objeto principal será el pincel, que el propio usuario lo moverá con sus dedos. Las coordenadas del pincel se alterarán según el usuario mueva su dedo por el espacio establecido. La velocidad que tendrá será la que el usuario establezca al pasar el dedo, pero puede estar alterada si se le añade un efecto de ralentización por parte del usuario contrario o del propio juego.
- Borrador: El borrador se selecciona pulsando en su respectivo botón. Al presionarlo, el pincel se transforma en una goma de borrar de la que podemos ajustar el grosor.
- Dado: Al principio de la partida se lanzará un dado tres veces por jugador para repartir aleatoriamente los colores que poseerá cada uno, esta acción se realizará por turnos. Para ser lanzado, el jugador deberá realizar con su dedo un movimiento vertical de abajo hacia arriba de forma rápida.
- Paleta de colores y barra de grosor: La paleta es el lugar donde tendremos nuestros colores y según presionemos la pantalla en su ubicación, nuestro pincel se volverá de un color u otro. Es decir, si yo tengo el color rojo en mi paleta, pulsaré con mi dedo sobre ese color, donde esté ubicado, y mi pincel cambiará a rojo. También habrá justo debajo de la paleta una barra horizontal en la que según el jugador deslice el dedo para la izquierda o derecha, el grosor del pincel será más fino o grueso. Cuanto más a la izquierda tendrá menor grosor, por tanto, al deslizarlo a la derecha será más grueso. Habría que establecer un diámetro mínimo y uno máximo para los grosores del pincel.
- Botón sorpresa: Conforme empiece la partida, aparecerá en la pantalla de cada jugador un botón que te otorgará un "fastidio" aleatorio cada 15 segundos para enviar al rival. Al hacerle click el jugador le mandará un

fastidio al otro jugador que durará entre 3 y 10 segundos. Los dos jugadores pueden mandarse un fastidio a la vez y que sea incluso el mismo. Una vez enviado el fastidio, el jugador deberá esperar 15 segundos desde que lo ha pulsado para que reaparezca de nuevo de forma aleatoria otro fastidio. Si no lo llega a pulsar, cada 15 segundos volverá a cambiar.

ACCIONES Y REGLAS

Acciones básicas

- El jugador podrá mover el pincel por toda la pantalla, pero éste solo pintará sobre el lienzo.
- Cuando pase por encima de un color de la paleta, éste se cambiará a ese color y, si se pulsa sobre el color, el pincel cambiará definitivamente al color seleccionado.
- Si el jugador pasa por encima de la barra de grosor, su puntero cambiará a una esfera, del grosor que busque, y cuando suelte su pincel tendrá el grosor seleccionado.
- Al hacer click sobre la casilla para enviar fastidios se enviará instantáneamente esa acción al otro jugador.
- Al hacer click sobre el botón con un símbolo de goma de borrar el pincel se convertirá en una goma de borrar, de la cual también puedes ajustar el grosor.

Acciones estratégicas

- Fastidios entre rivales

La acción estratégica principal es la de evitar que tu enemigo cree el dibujo antes que tú y en mejores condiciones. Los fastidios, que aparecerán de forma aleatoria cada 15 segundos pueden ser:

- Bote de pintura: El lienzo del jugador se vuelve completamente de un color aleatorio borrando su proceso de dibujo.
- Voy del revés. Todos los trazos que realice el jugador se plasmarán de forma totalmente contraria.

- Movimiento lento. La velocidad del pincel se reducirá en un 20%.
- Intercambio de color. El juego le quitará a un jugador de forma aleatoria un color de su paleta para dárselo al rival y viceversa.
- Dedo gordo. El pincel obtendrá un grosor un 50% más grueso que el máximo posible en el menú grosor.
- Ben. El pincel adoptará su forma a la cara del presentador en el grosor máximo establecido.
- Bomba de humo. Aparecerá humo sobre la pantalla del jugador dificultando su visión del dibujo.
- Se fue la luz. La iluminación del juego hará efecto de bombilla desgastada hasta que se convierta en negro.
- Espejismo. La plantilla del jugador se invierte de forma horizontal o vertical.
- Splash. Aparecen entre 3 y 8 manchas de pintura sobre el lienzo del jugador de diferente tamaño.
- Fastidios del propio juego

El juego podrá mandar todos los fastidios que existen de forma aleatoria a los dos jugadores de forma simultánea.

HABILIDADES

Las habilidades que se querrán explotar en el juego son las siguientes:

Físicas: Reflejos, coordinación y rapidez.

Mentales: Memoria y observación.

AZAR

El azar en Splash es el principal motor del juego. Todos los fastidios son cuestión de azar, por lo que cada partida es distinta y siempre se dependerá de la "suerte".

Una partida que parece ganada por completo puede dar la vuelta hasta en el último segundo.

EQUILIBRIO

Splash es un juego asimétrico ya que cada jugador de forma aleatoria puede ponerse en ventaja o desventaja en cualquier momento de la partida, da igual lo bien que esté dibujando.



