

EL ARTE DE

TEKKEN

UNA HISTORIA VISUAL COMPLETA



minotauro games

EL ARTE DE
TEKKEN™
UNA HISTORIA VISUAL COMPLETA

TEXTO
JERALD HULL

DISEÑO DEL LIBRO
RODOLFO MURAGUCHI

GESTIÓN DEL PROYECTO
RICH YOUNG

EDICIÓN
ELENA A. SMITH

minotauro games

THE ART OF TEKKEN: A COMPLETE VISUAL HISTORY.
Published by Dynamite Entertainment.

TEKKEN™ & © BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

Estas y otras © y ™ aparecen como ejemplos históricos de propuestas académicas, y dichos trabajos © y ™ son propiedad de sus respectivos propietarios. Dynamite Entertainment no ejerce la representación de cualquier derecho a estas obras. Dynamite, Dynamite Entertainment y su logo son ® y © 2019 Dynamite. Todos los derechos reservados. Los nombres de personajes, situaciones y lugares en esta publicación son totalmente ficticios. Cualquier parecido con personas reales (vivas o muertas), situaciones o lugares, sin intención satírica, es casualidad.

DYNAMITE[®]

WWW.DYNAMITE.COM

NICK BARRUCCI, CEO / EDITOR
JUAN COLLADO, PRESIDENTE
BRANDON DANTE PRIMAVERA, VICEPRESIDENTE DE INFORMÁTICA Y OPERACIONES
RICH YOUNG, DIRECTOR DE DESARROLLO DE NEGOCIO

JOE RYBANDT, EDITOR EJECUTIVO
MATT IDELSON, EDITOR JEFE
KEVIN KETNER, EDITOR ASOCIADO

GEOFF HARKINS, DIRECTOR CREATIVO
CATHLEEN HEARD, JEFE DE DISEÑO GRÁFICO
ALEXIS PERSSON, DISEÑADOR GRÁFICO
RACHEL KILBURY, ASOCIADA EN DIGITAL MULTIMEDIA
KATIE HIDALGO, DISEÑADORA GRÁFICA

ALAN PAYNE, VICEPRESIDENTE DE MARKETING Y VENTAS
PAT O'CONNELL, JEFE DE VENTAS

JAY SPENCE, DIRECTOR DE DESARROLLO DE PRODUCTO
AMY JACKSON, COORDINACIÓN ADMINISTRATIVA

El arte de Tekken

©Traducción de Traducciones Imposibles, S.L. 2019
©Editorial Planeta, S.A., 2019
Avda Diagonal 662-664, 7ª PLANTA. 08034

www.edicionesminotauro.com
www.planetadelibros.com

Todos los derechos reservados

ISBN: 978-84-450-0608-5
Deposito legal: B. 21.860-2019
Fotocomposición: iScriptat

Impreso en España / *Printed in Spain*

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Art. 270 y siguientes del Código Penal). Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.
El papel utilizado para la impresión de este libro está calificado como papel ecológico y procede de bosques gestionados de manera sostenible.



ÍNDICE DE CONTENIDOS

6	INTRODUCCIÓN
8	PREPÁRATE PARA EL PRÓXIMO COMBATE
10	El nacimiento de Namco
12	La carrera armamentística
14	La apuesta de Sony
18	Rave War
22	El torneo del puño de hierro
28	Round 2
34	Nacido en una tierra moribunda
38	Ningún lugar como Nihon
44	¿Continuar?
50	Tekken Tag Tournament
54	Tekken 4
60	Comentando la jugada
66	Tekken 5
72	Mando contra joystick
74	ELIGE UN PERSONAJE
206	ROUND 2: READY... FIGHT!
208	Tekken 6
214	Tekken Tag Tournament 2
220	La gira mundial del Puño de Hierro
226	Tekken, las películas
228	Tekken 7
238	Campos de pruebas
240	EL FUTURO DE TEKKEN
242	FIGURAS
246	ENTREVISTA CON KATSUSHIRO HARADA
250	LOS DESARROLLADORES HABLAN SOBRE TEKKEN
254	AGRADECIMIENTOS
255	BIBLIOGRAFÍA





**PREPÁRATE
PARA
EL PRÓXIMO
COMBATE**



EL NACIMIENTO DE NAMCO

EN 1955, MASAYA Nakamura compró dos caballos de madera y los instaló en la azotea de unos grandes almacenes de Yokohama. Los caballos fueron la primera atracción para niños en su nueva compañía, Nakamura Seisakusho.

Los grandes almacenes formaban parte de la occidentalización del país después de la Segunda Guerra Mundial y las atracciones en las azoteas se estaban convirtiendo en una característica habitual. Los padres podían llevar allí a sus hijos durante una divertida excursión en la ciudad, o dejarlos jugando mientras se iban de compras. Con el tiempo, estas azoteas llegarían a albergar norias, máquinas de gancho, de bolas y toda clase de juegos y atracciones. Fueron el germen de los *game centers* japoneses, o salones recreativos, como los llamamos nosotros.

La compañía de Nakamura creció junto con el entusiasmo por las atracciones de azotea y con el tiempo cambió el nombre de la empresa por el de Nakamura Manufacturing Company. En 1963, la empresa instaló el Roadway Ride en lo alto de los almacenes Mit-

sukoshi de Tokio. El Roadway Ride era una pista de carreras sobre raíles, similar a las clásicas atracciones de los parques de atracciones. Esta se volvió extremadamente popular y pronto se instalaron copias en casi todos los centros comerciales de Japón.

Las estrategias para atraer a los clientes no dejaban de evolucionar y, cuando llegaron a los videojuegos, Nakamura volvía a estar a la vanguardia. El primer juego para recreativas de la compañía fue *Racer*. Era un nombre directo para un juego directo, uno de los primeros del género de carreras. Poco después de presentar *Racer*, la Nakamura Manufacturing Company abrevió su nombre y empezó a llamarse Namco.

En 1974, Namco consolidó su lugar en el creciente negocio de las recreativas al comprar los derechos japoneses de Atari. El movimiento se consideró especialmente arriesgado en la época, pues a pesar del incuestionable éxito de la empresa en el mercado estadounidense, la compra por quinientos mil dólares no era barata en absoluto. Pero con diez años de derechos exclusivos para Japón y las asentadas raíces

de Namco en los salones recreativos, Nakamura estaba convencido de que podría recuperar el dinero. Decir que acertó de pleno es quedarse corto.

Adquirir los derechos de distribución de algunos de los juegos más populares de la época le dio a Namco los recursos para seguir innovando. Durante la década siguiente, la empresa produjo algunos de los juegos para recreativas más icónicos de todos los tiempos, entre los que se incluyen *Pac-Man*, *Galaga*, *Xevious* o *Dig Dug*. Incluso después de que el mercado de las recreativas empezara a caer a mediados de los ochenta y otras compañías decidieran retirarse, Namco se mantuvo inamovible. Su larga historia y su catálogo variado le permitieron sobrevivir a tiempos de incertidumbre financiera y continuar mirando hacia el futuro. Buscando esa chispa que iluminara el camino de la década siguiente, a finales de los ochenta decidieron que era hora de innovar una vez más.

Así empezó el desarrollo de lo que se convertiría en la System 21, la primera placa de máquina recreativa dedicada al 3D.



TEKKEN



LA CARRERA ARMAMENTÍSTICA

LA BATALLA POR LA SUPREMACÍA EN LAS RECREATIVAS NO SOLO TUVO QUE VER CON LOS JUEGOS

LA APARICIÓN de las consolas domésticas cambió la forma en que hablamos de los videojuegos. ¿Cuántos bits tiene? ¿Cuánta RAM? ¿Máximo de mandos? ¿Cartucho o disco? Cuando las consolas se convirtieron en productos de interés, conocer su interior y su funcionamiento se volvió tan importante como los propios juegos.

En los salones recreativos, los juegos eran lo único importante, así que la máquina no recibía ninguna atención. Si pensamos en las compañías productoras de máquinas recreativas más importantes, como Atari, Nintendo, Sega, Namco, entre otras, podemos sacar una lista de sus juegos más famosos. Es por eso por lo que se han mantenido como nombres importantes de la industria. Pero en su lucha por la fama en un mercado altamente competitivo, otra batalla se libró entre bambalinas: la batalla por la supremacía tecnológica.

La necesidad de un *hardware* más potente surgió de manera natural ante la necesidad de más juegos, no forzosamente mejores, sino diferentes. Si tu juego era a todo color y no en blanco y negro, destacaba más. Si tu placa madre podía mostrar más píxeles, los jugadores lo notaban. En una larga fila de máquinas recreativas de tamaño similar, hasta la mejora más ínfima llamaba la atención, lo que equivalía a más monedas, significaba más beneficios y más espacio en el centro para más juegos. Cada centímetro contaba.

En 1985, cuando el mercado se estaba recuperando de una ligera caída, Namco contemplaba el horizonte. En la empresa sabían que para mantenerse vivos en los salones recreativos, necesitarían un plan que no solo cubriera los juegos de 1986, sino los de 1990 y los del 2000. Sabían que la nueva frontera del desarrollo de *hardware* estaba en el 3D.

En 1988, después de tres años de desarrollo, Namco desveló la System 21, conocida en la industria como la «Polygonizer». La System 21 estaba compuesta por cuatro placas de circuitos impresos (PCB) que incluían una unidad de procesamiento de gráficos (GPU) dedicada enteramente a crear los gráficos 3D. Esa GPU contenía cinco microchips de Texas Instruments que superaban por mucho la potencia de procesamiento de cualquier otro dispositivo del mercado en aquel entonces. Era la primera placa de recreativa hecha específicamente para procesar polígonos tridimensionales.

Namco mostró esta nueva tecnología volviendo a las raíces de sus máquinas, los juegos de carreras. *Winning Run* fue un juego de carreras muy directo que ponía a los jugadores al volante de un coche de Fórmula 1. La cabina tipo cápsula, el volante, los pedales, la silla roja y plateada y el tratamiento a lo *Miami Vice* resaltaban de manera impactante en los salones recreativos. Y una vez detrás del volante, los jugadores se vieron absorbidos por los gráficos 3D. *Winning*

Run se convirtió en uno de los juegos más populares de los salones recreativos japoneses.

Pese a que había costado tres años desarrollarla, la System 21 puso a Namco muy por delante de su competencia. Ninguna otra compañía estaba preparada para el 3D. Ni siquiera Sega, que no empezaría a crear su propia placa hasta después de haber visto la potencia de la «Polygonizer».

Con tamaño ventaja, Namco pudo asegurarse un hueco en el mercado. Continuaron perfeccionando la placa y realizando mejoras de rendimiento con la System 21B y la 21C. Con ellas programaron una serie de éxitos en 3D como *Galaxian3*, una secuela de *Galaxian* y *Galaga*, y *Starblade*. Y como si la potencia de sus máquinas recreativas no fuera suficiente, la secuela de *Winning Run* se lanzó en 1991 con una placa System 21 dual.

Durante cuatro años Namco dominó los gráficos 3D, hasta 1992, cuando Sega lanzó por fin su propia placa competidora, la Model 1. Sega demostró la potencia de su creación con un juego de carreras, como había hecho Namco, y así se convirtió en la nueva líder de la industria en tecnología 3D.





LA APUESTA DE SONY

UNA NUEVA CONSOLA QUE SIGNIFICÓ UNA GRAN OPORTUNIDAD PARA NAMCO

ANTES DEL LANZAMIENTO de PlayStation, a finales de 1994, Sony había pasado gran parte de una década intentando introducirse en el mercado de las consolas domésticas. El gigante de la música y la electrónica aseguraba que su tecnología de discos compactos tenía potencial como medio para los videojuegos y había registrado numerosas patentes con esa aplicación en mente. En 1988, Sony llegó incluso a firmar un acuerdo con Nintendo para lo que originalmente iba a ser un periférico de la Super Famicom (o Super Nintendo Entertainment System, en Occidente).

El aparato, llamado «PlayStation», se iba a presentar en el Consumer Electronics Show de 1991. Pero justo cuando estaba a punto de llegar la fecha, el presidente de Nintendo, Hiroshi Yamauchi, famoso por su astucia y visión de negocios, volvió a leer el contrato original y descubrió que le daba una cantidad desproporcionada de control a Sony. Como líder en la industria de las consolas domésticas, Yamauchi se sintió ofendido. Ken Kutaragi el «padre» de la PlayStation,

se enteró de que el acuerdo con Nintendo se había cancelado cuando el director de Nintendo Howard Lincoln subió al escenario del CES y anunció un acuerdo con Philips.

Después de recuperarse, Kutaragi intentó vender la idea de PlayStation a Sega. El presidente Tom Kilinski llegó a presentar la propuesta a su junta directiva, pero esta fue rechazada. En una entrevista con US Gamer en 2013, Kilinski recordó que los directores le dijeron: «Es una estupidez. Sony no tiene ni idea de hacer consolas. Tampoco saben hacer juegos. ¿Para qué queremos juntarnos con ellos?».

Fue entonces cuando Sony decidió crear una consola por su cuenta.

Pero, ¿qué clase de consola iba a ser? Aparte del formato CD, todavía tenían que decidir todo lo demás. ¿Querían un sistema atractivo y alternativo como Sega Saturn? ¿O uno robusto y familiar como la Super Famicom de Nintendo? ¿Qué clase de juegos albergaría?

Para responder a estas preguntas, era necesario responder a un debate aún más simple: ¿iban a cen-

trarse en juegos 2D o 3D? Sony sabía que su tecnología podía reproducir ambos tipos, pero elegir uno fue la clave para definir la marca PlayStation. Aunque los juegos 3D estaban ganando popularidad en los recreativos, entre los juegos de consola predominaban los de dos dimensiones, y su idea era meterse precisamente en el mercado de las consolas. Además, los juegos en 2D eran mucho más baratos de desarrollar.

Pero entonces, sucedió algo. Y según Shigeo Maruyama, expresidente de Sony Computer Entertainment, «el enfoque de PlayStation quedó definido de manera instantánea».

Ese algo era *Virtua Fighter*.

«Si no hubiera sido por *Virtua Fighter*, es muy probable que PlayStation hubiera apostado por un concepto totalmente distinto», comentó Ryōji Akagawa, productor de Sony Computer Entertainment, en la web *4Gamer* en 2012.

Los impactantes gráficos poligonales de este juego de lucha y su enorme popularidad en los salones recreativos japoneses disiparon las dudas de





Sony y le confirmaron que el 3D era el futuro de los videojuegos, apuntando hacia la dirección que debían tomar. Sin saberlo, un rival le había dado a Sony la clave para que PlayStation tuviera una oportunidad en el mercado, evitando equipar a su nuevo sistema con tecnología que habría quedado obsoleta de manera inmediata con el lanzamiento de Sega Saturn y Nintendo 64.

«Sega nos salvó el pellejo en el momento oportuno», dijo Maruyama.

Una vez decidido el número de dimensiones, venía la parte difícil, conseguir los juegos. Para unos novatos como ellos no fue tarea fácil, ni siquiera siendo una compañía tan grande como Sony. Los únicos dos competidores en el mercado de las consolas —Sega y Nintendo— llevaban más de una década bien asentados en los recreativos y se dedicaban a desarrollar sus propios títulos. La junta de Sega tenía razón, Sony jamás había producido una consola y tampoco había creado nunca un videojuego.

Sony se fijó entonces en desarrolladores externos. Compraron estudios pequeños como Psygnosis y firmaron un acuerdo de exclusividad con Williams Entertainment. Estas adquisiciones y cooperaciones concedieron a Sony los juegos que necesitaba y también los estudios para expandir su influencia. Con el énfasis

de Sega y Nintendo en sus juegos de producción propia, los juegos de terceros se perdían a menudo entre su catálogo.

Aun así, para muchos miembros de la industria, el procesador 3D y el formato CD de PlayStation representaban un gran riesgo. ¿Lograría asentarse el formato? ¿Podría competir con las otras consolas?

Pero Sony aparentaba ser el compañero ideal para Namco. Aunque las ventas de sus juegos en la Nintendo Entertainment System, suponían hasta el momento el 40% de los ingresos, empezaron a surgir diferencias entre ambas compañías, tanto en su filosofía como en el ámbito práctico. Namco había desarrollado su placa System 21 para máquinas recreativas usando tecnología 3D para llamar la atención y Nintendo se mantenía fiel a sus cartuchos. Pese a alcanzar los 64 bits, el formato cartucho demostró no ser lo bastante potente como para procesar los polígonos de los últimos juegos de Namco. En realidad, la decisión de Nintendo de mantener el cartucho para los juegos de SNES y Nintendo 64 ocasionaría el fin de su relación con otros desarrolladores externos como Squaresoft, el titán de los juegos de rol. Para maximizar sus beneficios, Namco debía ser capaz de lanzar juegos tanto para máquinas recreativas como para consolas domésticas, igual que habían estado haciendo con Nintendo.

En medio de esta coyuntura, la empresa había perdido su posición líder en la industria de productos 3D. Con las placas Model 1 y Model 2 de Sega moviendo títulos como *Virtua Fighter*, *Daytona USA* o *The House of the Dead* en los salones recreativos, Namco se había quedado rezagada.

Había llegado el momento de cambiar de estrategia. En lugar de iniciar un nuevo ciclo de desarrollo que podía durar años, en un intento por superar las prestaciones de la Model 2, Namco basó su siguiente placa en el *hardware* de PlayStation, asegurando así una portabilidad sencilla desde las máquinas recreativas a la consola. La Namco System 11 no era tan potente como la Model 2 de Sega, pero era más barata. Ahora podrían distribuir sus juegos en máquinas más pequeñas que las caras recreativas de Sega habían dejado de usar.

Namco le proporcionó a Sony la seguridad de una gran empresa, bien asentada en la industria de creación y desarrollo de juegos, del mismo modo que Sony volvió a situar a Namco en el mercado de las consolas. Se estaban enfrentando a Sega de una forma que esta jamás habría esperado.

Todo lo que necesitaban ahora era sacar su propio *Virtua Fighter*.

