

EN 2012 DOS VIDEOJUEGOS URUGUAYOS ALCANZARON DURANTE UNA SEMANA EL TOP 5 DE LAS APLICACIONES MÁS VENDIDAS DE IPHONE Y IPAD EN ESTADOS UNIDOS. AUNQUE LA PRODUCCIÓN LOCAL SIGUE SIENDO MUY PEQUEÑA, EN LOS ÚLTIMOS DIEZ AÑOS SE CONSOLIDARON CUATRO ESTUDIOS QUE VIVEN DE ELLO Y LA ORT CREÓ LA PRIMERA CARRERA UNIVERSITARIA DEDICADA A FORMAR PROFESIONALES EN ESE ÁMBITO

el entretenimiento del siglo XXI

EL DATO NO ES MENOR: 70 millones de copias vendidas en 25 años versus 700 millones de descargas en menos de 24 meses. Si en la década de los 90 hubo un "mundo" que se enloqueció jugando al Tetris y se pasó más horas de las que jamás pueda imaginar intentando formar muros perfectos con piezas de distinta forma y tamaño, en los años 2010 y 2011 el planeta entero se obsesionó con un juego tan tonto como adictivo llamado Angry Birds. Mikael Head, director ejecutivo de la empresa finlandesa Rovio, que creó el más exitoso de los juegos casuales, declaró el año pasado que los jugadores de Angry Birds se pasaban 200 millones de minutos por día intentando matar chanchos con pájaros enojados. Suena un tanto exagerado, pero quienes se obsesionaron en el último tiempo con Angry Birds y se pasaron muchas horas sin dormir solo con el afán de "darlo vuelta" saben que es posible.

A Gonzalo Frasca —director de la empresa uruguaya de videojuegos Powerful Robot, que cerró sus puertas dos semanas atrás por una decisión que tiene más que ver con sus ganas de hacer otras cosas que con problemas económicos— le sucedió algo similar cuando se fue a pasar unos días de vacaciones a Cabo Polonio. En su iPad el juego que rodaba y rodaba no fue el mundialmente exitoso Angry Birds, sino uno un tanto menos conocido. Kingdom Rush fue creado por tres uruguayos: un ilustrador, un programador y un dise-



FOTO: ADRIÁN ECHERRIAGA

Gonzalo Frasca fue el pionero en el mundo de los videojuegos locales con su estudio Powerful Robot. Space Holiday fue su última creación antes de cerrar la empresa.



ñador gráfico, que además son muy amigos y fanáticos de los videojuegos. La fusión funcionó tan bien que dos años después de fundar Ironhide, su propia empresa, lograron que su segundo producto estuviera en el top 5 durante una semana de las aplicaciones más venidas de iPad y iPhone, puestos dos y cuatro respectivamente.

Llegar a estar allí es, universalmente, un golazo, pues el universo de los videojuegos es muy competitivo. Kingdom Rush se convirtió inmediatamente en un hit de la industria. Claro que Álvaro Azofra, Pablo Realini y Gonzalo Sande caminan por las calles de Montevideo y nadie sabe quiénes son.

Pero el estudio Ironhide no fue el único en llegar lejos en 2012. Frasca

ca y su equipo también lograron ubicarse en el puesto número 4 de las aplicaciones más vendidas para iPhone con su juego Legends of Ooo, creado para Cartoon Network. "Hay 650.000 aplicaciones, si quedás entre las diez no es una pavada", afirma Frasca, quien empezó con su empresa diez años atrás cuando hablar de videojuegos uruguayos era casi una utopía. Hoy a Ironhide y Powerful Robot se le suman Kef Sensei, estudio dedicado a brindar servicios para Estados Unidos y también crear juegos propios, y Batoví, el único de los cuatro que se especializa en dar vida a videojuegos para el Plan Ceibal.

Lejos de tener oficinas como las de Google o Facebook, donde todo está vinculado con la creatividad y el diseño, y con plantillas de empleados que no superan los diez, los estudios de videojuegos uruguayos trabajan en casonas o apartamentos que nada tienen que ver con el imaginario colectivo. Sus logros han sido todos en base a un gusto desmesurado por lo que hacen, un trabajo muy metódico y lleno de esfuerzo y el cuidado, casi obsesivo, de los detalles.

EL UNIVERSO DE LOS CASUAL GAMERS. Quienes crecimos entre los 80 y los 90 con videojuegos increíbles como Mario Bros, Tetris, Pac-Man, Streetfighter o Mortal Kombat jamás imaginamos un mundo más allá del Atari, Nintendo, Gameboy, las máquinas de *flippery* mucho más tarde el PlayStation. Nadie jamás (tal vez Ray Bradbury sí) imaginó un mundo con teléfonos portátiles e inteligentes; una red de redes que nos permite estar conectados aquí y ahora con Vladivostok sin ningún tipo de ruido; aparatos con pantallas táctiles y programas que hasta espantan mosquitos; soportes que nos dejan colgar fotos, comentar estados de ánimo y decir dónde estamos a cada segundo. Nadie jamás imaginó que se iba a poder jugar a un videojuego en un ómnibus, en la playa, en el trabajo mientras no se trabaja, en los recreos del colegio, del liceo, de la facultad, en un bar mientras se espera, en la sala de espera del dentista, en la cola del Abitab, y en donde a uno se le ocurra y tenga, claro, un *smartphone* o una *tablet*. Y, en la mayoría de los casos, gratis o pagando tan solo 21 pesos o lo

que equivalga el dólar del momento.

He ahí la diferencia de por qué el Tetris vendió 70 millones de copias en 25 años y Angry Birds 700 millones en dos. Los soportes son otros y los precios también. De ahí que en el universo de los videojuegos estén los juegos casuales y los juegos Triple A o *hard core*. Los segundos requieren inversiones de millones de dólares, varios años de trabajo, equipos grandes de desarrolladores y una consola para que se puedan jugar. Estos juegos son los que se diseñan para el Nintendo Wii, la última versión del PlayStation y la ya no tan novedosa Xbox. Estos mismos juegos en Estados Unidos se consiguen a un promedio de 50 dólares y en Uruguay pueden llegar a costar 100 dólares o



Los tres creadores del estudio Ironhide: Pablo Realini, Gonzalo Sande y Álvaro Azofraf. A mediados de 2012 su juego Kingdom Rush estuvo entre las aplicaciones más vendidas para iPad y iPhone.

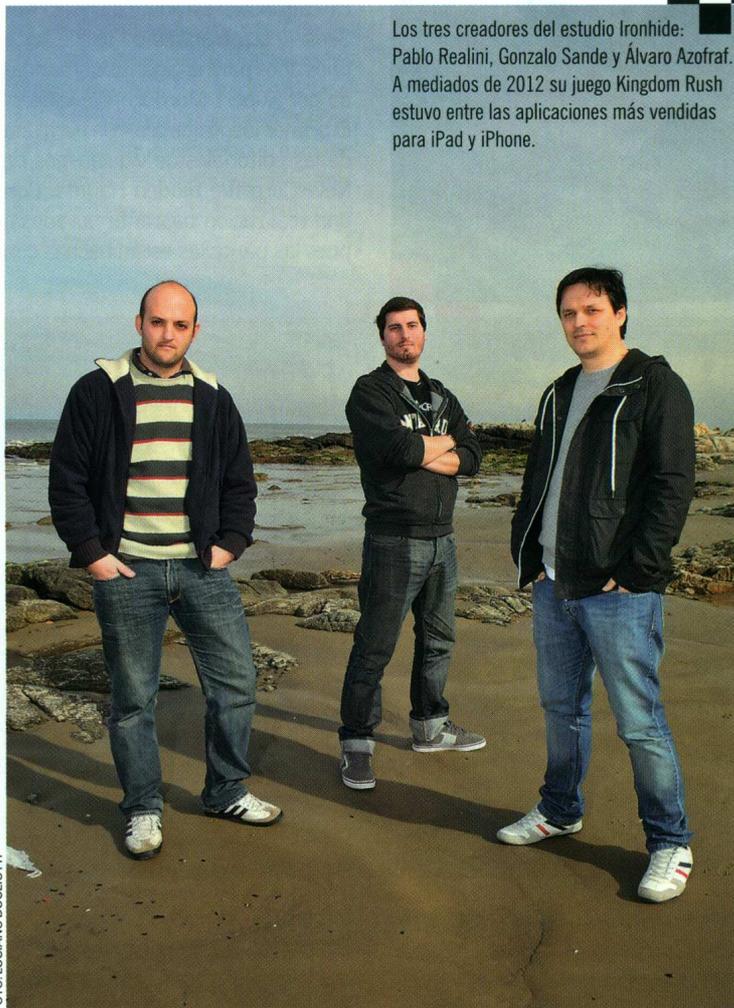


FOTO: LUCIANO DOGLIOTTI

más. La gran mayoría de estos juegos son muy competitivos, pueden tener una cuota importante de violencia y son consumidos en su mayoría por hombres.

Eli Barnett, creador del estudio uruguayo Kef Sensei, explica la diferencia entre ambos. "Se sabe que

una interesante mayoría de las personas que juegan a los juegos casuales son mujeres. Se presume que es porque en los triple A 90% de los personajes son hombres y son juegos súper agresivos en general o vinculados a deporte y apuntan mucho a la frustración del jugador. Entrás,

das dos pasos y te mataron. Y así sucesivamente. Además, tenés que dedicarles tiempos largos para jugar. Los juegos casuales son bien distintos desde ese punto de vista. Vos podés dedicarles cinco minutos y jugar un nivel. O podés dedicarle cinco horas y terminarlo. No hay un compromiso de tiempo tan importante como los otros. Y además tratan de mantenerte siempre contento. La idea es que juegues y ganes. juegues y ganes. Que juegues y casi ganes, pero que te sigan motivando para que lo intentes de nuevo", afirma Barnett, un ingeniero que en 2007 decidió crear su propio estudio de videojuegos.

Fernando Sansberro, fundador de Batoví, es rotundo en sus afirmaciones sobre los juegos casuales y sostiene que no hay que confundirlos con "juegos para bobos". "La palabra casual significa 'accesible para todos', que pueda jugar una mujer mayor igual que un joven universitario", afirma.

Estos juegos casuales, inicialmente, se descargaban de distintos portales (Yahoo Games, Microsoft Games, BigFish Games, entre muchos otros tantos). Con la llegada de Facebook y los dispositivos de Apple, como el iPhone y el iPad, el universo se amplió notablemente. Barnett explica que allí fue cuando las diferencias entre hombres y mujeres se achicaron; hoy ambos juegan por igual. La llegada de las pantallas táctiles también colaboró con esta industria y siguieron ampliando el perfil de los jugadores.

Eli Barnett fundó Kef Sensei en 2007 y desde entonces ha trabajado siempre para Estados Unidos. Una de sus creaciones favoritas es Hidden Haunts, un juego de objetos escondidos cuyas distintas pantallas se hicieron con fotografías tomadas por Tali Kimelman y la dirección de arte de Mariale Ariceta.



FOTO: ADRIÁN ECHEVERRÍA

después de ir a varias conferencias internacionales dedicadas al universo de videojuegos decidió abrir las puertas de Kef Sensei. "El tema tiene dos causas. El primero es que me encanta ese mundo. La otra tiene que ver con algo más profesional. El asunto es que la industria del software en Uruguay tiene que ver en su gran mayoría con la venta de servicios y no venta de productos. Entonces ese crecimiento de la industria tiene un techo que responde a la cantidad de gente que hay trabajando. El hacer videojuegos tiene la potencialidad de crecer exponencialmente. Si vos creas un juego lo podés vender diez, cien o un millón de veces", explica Barnett.

Con ocho juegos creados para editoriales estadounidenses, Kef Sensei está trabajando desde hace unos años para el gigante, comandado por Rupert Murdoch, NewsCorp. El primer juego que crearon para una de las editoriales de videojuegos de NewsCorp fue Hidden Haunts. Con una realización bastante novedosa, pues las pantallas están hechas con

realizadores. La segunda es trabajar a pedido para editoriales estadounidenses. "Los videojuegos se parecen bastante a otras industrias editoriales, a la de la música, a la de los libros. Vos creás una idea y se la presentás a editoriales de videojuegos. Esa idea puede estar más avanzada o solo en un papel. Lo que nosotros hicimos fue crear un prototipo de un juego y presentarnos a un concurso de una de esas editoriales y como lo ganamos nos ofrecieron un contrato para publicar ese juego. Ese juego era un parking donde el personaje tenía que ir colocando los autos como si fuera una especie de Tetris", cuenta Barnett. Parking Dash fue el primer éxito del estudio.

El caso de Ironhide fue distinto, pues sus tres integrantes decidieron trabajar de manera independiente desde sus inicios en 2010. "Creíamos que había un mercado enorme dentro de los juegos casuales de Internet. Nos pusimos a investigar cómo era para crear un juego para ese soporte. Hicimos el primero que se llamaba Clash of the Olympians y nos fue bastante bien. Y ahí decidimos

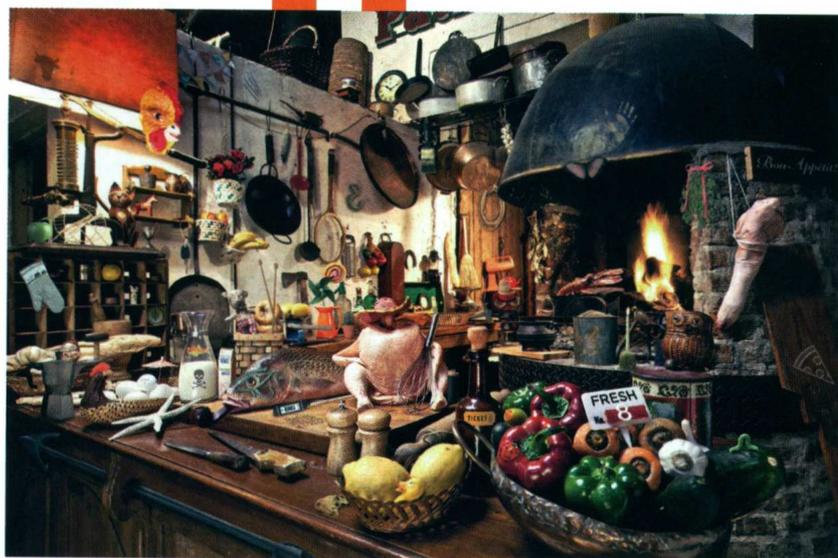
que nos podíamos dedicar a hacer videojuegos", recuerda Azofra. Su segunda creación fue Kingdom Rush y fue ahí cuando tuvieron su propio "maracanazo", como se refiere Frasca al hecho de que hayan llegado a estar en el top de los más vendidos de Apple. "Cuando le comento a colegas que un juego mío, el Legends of Ooo, llegó hasta ahí sé que van a mirar al estudio con otros ojos", asegura.

Pero para llegar a ese punto hay que cumplir varios pasos y además lleva una importante cuota de suerte. Quienes trabajan en el mundo de los videojuegos

saben que hay miles de trabajos que son brillantes y quedan por el camino. Los chicos de Ironhide lograron crear un juego perfectamente diseñado, atractivo en cuando a contenido y sencillo de aprender. Tan sencillo que una mujer de 30 años, totalmente nula en lo que a videojuegos respecta, logró enfermarse con él y jugar varias horas seguidas. Kingdom Rush llegó a tener un millón de

Es en este escenario donde los estudios de videojuegos uruguayos empiezan a salir a la luz.

OBJETIVO: EL MUNDO. Hubo un tiempo en el cual no había nada. Sí había computadoras y todo tipo de consolas que hicieron que una generación de preadolescentes, adolescentes y hasta posadolescentes faltara a clases, perdiera exámenes y hasta llegara tarde al trabajo. El siglo XXI comenzaba y todo parecía llegar más rápido al alejado hemisferio sur. Sin embargo, la idea remota de crear videojuegos que se consumieran a nivel mundial era impensable. Frasca, un licenciado en Comunicación con un doctorado que venía de trabajar en Estados Unidos para Cartoon Network, decidió "oportunamente" volver en el fatídico 2002. Junto a Sofía Battezzare crearon Powerful Robot y diez años después con más de 150 videojuegos en su haber decidieron cerrar la empresa y buscar otros horizontes. "Hoy en Uruguay hay una carrera universitaria para hacer videojuegos. Hay nuevos estudios y nuevos juegos uruguayos reconocidos internacionalmente. Y eso en



buena parte comenzó gracias a todas las personas que trabajaron conmigo. De eso estoy orgulloso y nadie me quita lo jugado", confiesa Frasca.

Varios años después de Powerful Robot empezaron a aparecer tímidamente los otros tres estudios que hoy están trabajando desde Uruguay para el mundo.

Barnett es ingeniero y tenía su propia empresa dedicada a la venta de servicios de software. En 2007 y

fotografías como base, el juego tiene como premisa descubrir los objetos ocultos en las distintas habitaciones de una casa embrujada. "Para la editorial no fue un hit, pero es un juego que tiene 500.000 usuarios activos por mes".

En el universo de los juegos casuales hay dos maneras de ingresar al mercado. La primera es de manera independiente y que la propiedad intelectual quede en manos de los

jugadores por día y logró críticas alucinantes en la industria. "Kingdom Rush puede ser puesto en la fina carpeta de "juegos que se parecen bastante a la perfección", publicó la página especializada JayisGames.com. En la web 148Apps fue uno de los elegidos por el editor con un puntaje de 4.5 estrellas sobre cinco.

El equipo de Ironhide decidió contratar un publisher (un distribuidor con sede en Estados Unidos) para que el juego tuviera difusión entre los sitios especializados y no quedara perdido en el ciberespacio. "También tuvimos suerte de que Apple nos pusiera en su portada, que significa que el juego esté entre los elegidos cuando vos abriste el iTunes, entonces lo ves enseguida porque por día se suben como 600 aplicaciones nuevas. Se juntaron muchas cosas. Teníamos un buen producto, tuvimos suerte y estábamos en el lugar indicado cuando teníamos que estarlo", asegura Azofra.

Para Frasca, la capacidad de enseñar algo complejo de una manera sencilla es fundamental para los crea-

dores de videojuegos y ese es uno de los puntos más trascendentes a la hora de llegar al éxito. "Los diseñadores de juegos creamos problemas que son interesantes, pero que a su vez son fáciles de aprender y desafiantes a la hora de resolver. No es un trabajo habitual y tenés que ser muy humilde porque tenés que prestar mucha atención a la gente, saber cuándo juega, cómo juega. Tenés que saber que si hay alguien que pierde muchas veces en una misma pantalla no es problema de ese alguien, el problema es del creador, o sea tuyo", afirma Frasca. Por eso, para este gurú local de temas tecnológicos, "la clave está en dejar de hacer juegos para vos y hacer juegos para todos".

En tiempos donde una buena cuota de la población mundial dedica muchas horas de su día a jugar a juegos casuales y lo hace con fascinación y mucho placer, saber que hay un puñado que eligieron creaciones uruguayas resulta muy gratificante. No es necesario estar en el rubro para entenderlo.

PÍA SUPERVIELLE

La Ceibalita también juega

Ver niños sentados en veredas perdidas de Uruguay con un pequeño aparato blanco y verde ya no es una rareza. Lo interesante es detenerse a observar qué hacen esos niños usando la XO fuera de horario escolar. La respuesta para muchos padres es sencilla e inmediata: juegan. Fernando Sansberro lo sabe, pues es él quien está detrás de Batoví, el estudio que se ha especializado en crear videojuegos para la Ceibalita. "Cuando nos enteramos de que iba a venir esa computadora empezamos a estudiar la plataforma porque sabíamos que iba a llegar a todos los niños", cuenta Sansberro.

Creado en 2005, el estudio Batoví ha dado vida a todos los juegos que se pueden bajar desde la Ceibalita como: Ajedrez y Leyendas, Garra Fútbol, Super Vampire Ninja Zero, todos los de la serie de Alejandro Vascolet y muchos más. Sansberro también trabaja para Estados Unidos con editoriales que le piden juegos, como Cartoon Network, Nickelodeon, entre otros, pero a él le resulta mucho más gratificante crear para niños uruguayos. "Los niños son súper exigentes. Tienen la computadora para ellos y todo el día para jugar. No podés hacer un juego para un rato, les tiene que durar, los juegos tienen que tener mucha profundidad. Además, a ese público lo ves constantemente y eso hace que tengas el feedback todo el tiempo. El otro día fui a hacer un mandato y escuchaba la cancioncita de uno de los juegos. Pensé que era que estaba loco, pero no. Había un chico jugando", comenta Sansberro.

