

## LAS CLAVES

El premio es estar en el sitio indicado

## Solo un botón

El videojuego se destaca por jugarse con un solo botón. Al estar diseñado para teléfonos inteligentes, se busca que el usuario no tenga que tocar tanto la pantalla.

## Los premiados

El ganador del primer premio, de la empresa creadora, Pomelo Games se hizo acreedor de un pasaje a San Francisco con alojamiento y entrada al Game Developer Conference (GDC), el evento mundial más importante en la industria de videojuegos.

## Llega en 2014

El Bulley Boy estará disponible a mediados del próximo año para iOS, de Apple, y Android, de Google. Negocian con Sony (para PlayStation



Vita) y con BlackBerry. Si bien está pensado para celulares inteligentes, sus creadores creen que estará disponible para computadora.

## La inspiración

Los integrantes de Pomelo Games se reunieron con los creadores de Kingdom Rush, el videojuego uruguayo más popular, que llegó a descargarse 125 millones de veces, según la CNN. "Nos han ayudado mucho en el proceso. Acá, son los mejores", contó Federico Romero, uno de los desarrolladores.

## Los costos

Estiman que el juego llegará a demandar US\$ 50.000, debido a los sueldos que perciben los trabajadores. La inversión estimada depende de la experiencia del equipo que lo hace y



Pomelo Games. Los integrantes de la compañía trabajan desde abril en el videojuego en la habitación de uno de ellos.

# El videojuego uruguayo que negocia con la Sony

**Ganadores.** Obtuvieron el primer lugar en un certamen local; van por el mercado de las consolas y los celulares

■ JUAN PABLO DE MARCO

Un videojuego de un solo botón fue el ganador de la octava edición del Concurso Nacional de Videojuegos, realizado esta semana. Está previsto que desembarque en los celulares en 2014 y sus creadores ya negocian con las grandes firmas.

¿En qué consiste? Es la aventura de un niño que vive junto a su abuelo en una ciudad en las nubes. La forma de transporte en esa civilización es a través de cañones. En alguna parte de esa ciudad hay uno enorme que dispara a una tierra lejana y desconocida.

Un día *Bullet Boy* se despierta y se entera que su abuelo fue a buscar ese gran cañón. Decide seguir sus pasos. El juego comienza con ese intento de escapar de la ciudad y embarcarse en su aventura.

"Con una mecánica de juego innovadora, se destaca por la excelente ejecución del proyecto", considera Juan Pablo Pison, integrante del jurado del Concurso Nacional de Videojuegos, evento organizado por la Universidad ORT, la incubadora Ingenio y Antel.

**CÓMO NACIÓ.** Si bien tenían muchas ideas, coincidían en una: que el videojuego tuviese un solo botón. En una búsqueda por la simplicidad, comprendieron que al *gamer* le resultaba "muy engorroso" apretar varios botones en su pantalla. Cuando se hace eso "se

tapa" él mismo, apunta Felipe Otamendi, uno de los programadores. "Se pierde pila de experiencia de juego", agrega el productor Federico Romero.

Bajo esa idea, emergió *Bullet Boy*, que tuvo una versión pequeña de 10 niveles realizada para el concurso que gana. Cuando lo lancen al mercado, a mediados de 2014, planean que tenga 40 niveles.

Una de sus características distintivas es que para llevar al niño a lograr su cometido lo único que se mueven son los cañones (no salta ni camina). "Es un juego de *timing*: hay que apretar el botón en el momento correcto", cuenta Romero.

**EL TRABAJO.** Las empresas tecnológicas suelen comenzar en el garaje de una casa. Pomelo Games lo hizo en una habitación del apartamento de Romero. La oficina, ubicada en el piso 12, tiene una cama a un costado y un conjunto de sillas rotas debajo de un escritorio. También cuenta con media docena de computadoras, pizarrón y bosquejos de dibujos pegados en la pared.

Allí, con una vista a buena parte de Montevideo, no solo trabajan en videojuegos. También realizan consultoría y sitios web, lo que les permite generar ingresos y "banca el desarrollo" de *Bullet Boy*.

Si bien necesitan generar dinero a través de otra activi-

dad paralela, desarrollar videojuegos es lo que más les apasiona. Realizaron uno para Facebook, que no buscaron popularizar. "Fue para probar cómo andábamos", asegura Romero. Pero deseaban algo propio con un público objetivo claro: usuarios de *smartphones*. "Es donde está el mercado", indica Otamendi.

A comienzos de este año, plantearon sus ideas sobre qué tipo de videojuego anhelaban crear. Cuando concretaron una, empezaron a desarrollar un "molde" sin diseño ni arte. "Simplemente queríamos probar la mecánica; que dispararse entre cañones fuera algo divertido", añade Romero.

Luego de que definieron el modo en que iba a transcurrir el videojuego, involucraron de un modo "más formal" a los artistas, que desde antes participaban del proceso.

En ese momento, entre todos, empezaron a desarrollar "los mundos" en el que iba a acontecer la historia, para después empezar el trabajo artístico; es decir, los dibujos y las ilustraciones que le dan vida a las ideas originales.

**NEGOCIACIONES.** *Bullet Boy* saldrá para iOS y Android. Pero Pomelo Games va por más: la firma se encuentra en negociaciones con Sony y BlackBerry. ¿Su objetivo? Que pueda aparecer en la plataforma de los dispositivos de ambas compañías.

En el caso de Sony, sería para aparecer en la tienda del PlayStation Vita, una consola portátil pequeña. Allí "solo aprueban juegos que entiendan que están buenos, que tengan cierto nivel", cuenta Otamendi. Romero adelanta que hasta ahora solo han tenido respuestas positivas y "esperanzadoras". El 2014 promete para estos uruguayos.