

EXIT



МАРЗ



© kukxmwsmn



ARTEA ETA BIT-AK

2000. urte hasieran, mundu osora pixkana-pixkana zabaltzen hasi zen esparru batean murgiltzea erabaki zuten Arte Ederretako hiru euskal lizentziadunek: Internet zen esparru berri hura. Zero eta batez osatutako unibertso arakatu gabe hark arte-diziplina klasikoak esperimentatu eta berrasmatzeko aukera eskaintzen zuen.

Interneten multimedia-aukerei eta interaktibitateari esker, aurrerapen teknologikoen eskaintzen zituzten aukerekin batera joan ziren eboluzionatzen euskaldun haiek eta izugarritzko sormena garatu zuten. Haien edukiak berehala iritsi ziren beste jende batengana, eta horri jarraiki informazioaren autobideetan oinarritutako Euskal Herriko aurreneko ekoiztetxeetako bat sortu zuten.

Teknologia-oldea oso indartsu zetorren, ordea, eta bezeroen beharrek merkatu berri baterantz bultzatu zituzten: telefono mugikorren merkatura. Garai berrietara egokitu, eta etengabe garatzen zihoan eta aldaketa ezin bizkorragoak jasaten zituen mundu hartan irauteko borrokatu ziren.

Arte Ederretatik mundu interaktibora

1990eko hamarkada erdialdean, Internet, gaur egun ezagutzen dugun moduan, bere lehen urratsak ematen hasita zegoen. 1991n World Wide Web¹ delakoa sortu eta esteken bidezko nabigazioaren oinarriak finkatu ziren orduan. Bi urte geroago, web-nabigatzaileak erabiltzen hasi ginen, eta 1994an Netscape Navigator² agertu zen. Sareen sarea esponentzialki hazten hasi zen, eta multimedia-edukia (testua, audioa eta bideoa) modu masibo eta denontzako eskuragarrian argitaratzeko plataforma bihurtu zen Internet.

1. World Wide Web-ari (WWW) buruzko xehetasun gehiago: https://eu.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web [on line] [Kontsulta: 2016ko otsailaren 18a]

2. Netscape Communications-en web-nabigatzailea, Marc Andreessenek (1971ko uztailaren 9a, Iowa, AEB) sortua.

Testuinguru iraultzaile horretan sortu ziren eduki interaktiboak. Gaitasun hori izan zuen aurreneko softwaretako bat FutureWave³ izeneko programa izan zen, nahiz eta Interneten erabilera zabaltzearekin batera, web-era bideratutako marrazki bektorialerako software indartsua bihurtu azkenean. 1996an, Macromedia enpresak konpainia erosi, eta Macromedia Flash izen berria jarri zion aplikazioari.

Tresna hark eskaintzen zituen aukerei esker, sortzaileek era guztietako multimedia-edukiak sor zituzketen, marrazki bizidunen moduko animazioetatik hasi eta aplikazio interaktibo eta bideo-jokoetaraino.

Arte Ederretako hiru lizentziadunek software haren aukera ugariak arakatzeari ekin zioten orduan. José María Martínez Burgos «Hafo» (Gasteiz, 1974) zen haietako bat, 13 urterekin paisaiak eta erretratuak margotzen hasitakoa. «Erakusketak egin nituen, bai eta koadro batzuk saldu ere». Batxilergoan zehar, Gasteizko Arte eta Lanbide Eskolan ikasten zuen gauetan eta, aurrekari horiekin, logikoa zen moduan, gasteiztarrek Arte Ederrak ikastea erabaki zuen, EHU.

Bere ezagutza artistikoez gain, programatzen ere bazekien Hafok. Gurasoek Amstrad CPC 464 bat erosi zieten Hafori eta anai-arrebei, eta programa txikiak egiten hasi zen harekin, BASIC lengoaian. Karreran zehar, baina, ez zuen ordenagailurik ikusi, nahiz eta irudi digitalean interesa izaten jarraitu, «inspiraziotzat erabiltzeko, edo margotzeko tresna gisa, baina inoiz ez helburu gisa».

Ikasketak amaitu eta gero, doktoretza egin zuen, eta han areagotu egin zitzaion arte tradizionala eta digitala uztartzeko grina, *Mapa kognitiboan analisi bat, spot infografikoaren eta pinturaren arteko erlazioetan oinarritua*⁴ izenburuko tesinan jaso zuen bezala. Hafok azaltzen duenez, egin zuen azken margo-seriearen bidez piztu zitzaion interesa. «3D irudiak erabiltzen hasi nintzen, produktu baten funtzionamendua infografiaren bidez azaltzen zituzten iragarkietakoak bereziki».

3. Adobe Flash softwarearen historia: https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Flash#History [Online] [Kontsulta: 18 otsailaren 2016]

4. *Un análisis de los mapas cognitivos fundamentado en las relaciones entre el spot infográfico y la pintura* tesina: <http://www.hafo.biz/tesis/tesinaHafo.pdf> [Online] [Kontsulta: 2016ko otsailaren 18a]

Pinturan guztiz murgilduta egon arren, animazio-mundua interesatzen hasi zitzaion pixkanaka, eta 3Dko bideo batzuk egin zituen, *stop-motion*⁵ animazio-teknika erabiliz. Azkenean Animazio eta Multimedia ikastaro bat egin zuen Isoft-en, eta Macromedia Director programa eta Lingo⁶ programazio-lengoaia ikasi zituen han. Garai hartan izan zuen Adobe Flash softwarearen ezaguera. «Ezin egokiagoa zitzaidan joko eta animazio txikiak egiteko, arte-munduaren ikuspegitik betiere».

Ti-ta.NETen sorrera

Ikaskuntza-prozesu horretan zehar, berak bezala Internet, bideo eta animazioarekiko zaletasuna zeukaten Arte Ederretako beste bi ikaskide-ohirekin egin zuen topo José María Martínez «Hafo»k. Pernal Goñi (Oñati, 1968) zen haietako bat, eta ilustrazioaren eta animazioaren mundutik zetorren. Maren Iturburu (Bilbo, 1972) zen bestea, eta diseinatzaile ziharduen. Hirurak elkartu, eta ti-ta.NET⁷ arte-taldea eratzea erabaki zuten 2001ean.

«Arte interaktiboa zabaltzeko, esperimentatzeko eta hedatzeko plataforma bat zen», azaltzen du Hafok. «Arte garaikidearen sistema inguru itxi eta endogamiko samarra izan ohi da. Zure lekua aurkitzea zaila izaten da, epe luzeko jarduna. Horren ondorioz, espazio eta bitarteko tradizionalak ez ziren oso gure begikoak. Urte haietan, sortzeko eta esperimentatzeko askatasun erabatekoa eskaintzen zuen zanpatu gabeko lurraldea zen Internet».

ti-ta.NET markarekin, 37 lan egin zituzten hiru urte eskasetan, hasi mini-joko eta animazio txikiekin eta Flash formatuko *performance* eta bideoetaraino. «Arte-zaletasun hutsagatik egiten genituen lan haiek guztiak, inolako ikuspegi komertzialik gabe», diosku artista gasteiztarrak. Halere, onartzen du gustatuko zitzaiela eduki haiek

5. *Stop motion*en definizioa, Wikipediaren arabera: https://es.wikipedia.org/wiki/Stop_motion [Online] [Kontsulta: 2016ko otsailaren 18a]

6. Macromedia Directorrek daraman programazio-lengoaia da Lingo. Testuak, irudiak, soinuak eta bideo digitala modu erraz samarrean integratzeko aukera ematen du.

7. ti-ta.Net-en lanak: <http://ti-ta.hafo.biz> [Online] [Kontsulta: 2016ko otsailaren 28a]

Interneteko atari handietan kokatzea. «Nolanahi ere, oso denbora gutxi pasea zen Puntu Kom-en⁸ burbuila lehertu zenetik, eta atari haiek ez ziren eduki berriak erosten ari».

Taldeak egindako bideo-jokoen artean hauek nabarmendu ziren: *Aliens Attack*, *Space Invadersen* (Taito, 1978) tankerakoa, *Tu primer trabajo*, *Disparos en tita* eta *Tranvía chirene*. Azken joko horretarako, Bilboko tranbiaren lehen zatiaren inaugurazioaz⁹ baliatu ziren joko interaktibo soil-soil bat sortzeko. Bertan, oinezko batek kalea zeharkatu behar du, tranbiak saihestuz.

Erabiltzaileei –bereziki bilbotarrei– deigarrien gertatu zitzaiena, baina, eta jokoa Interneteko gertakari biral bihurtu zuena, zera izan zen: tranbiak oinezkoa harrapatuz gero, agerian geratzen zen lñaki Azkuna (Durango, 1943 - Bilbo, 2014) Bilboko alkatea zela tranbia gidatzen zihoana. *Tranvía chirenek* 50.000tik gora bisita izan zituen ti-ta.NET-en webgunean.

Talde artistiko haren lanek taldekideei diru-sarrerara handirik ematen ez bazien ere, errekonozimendua lortu zuten arte-mundua barruan¹⁰. Ospe hon hura Donostiako Arteleku¹¹ euskal arte garaikidearen zentroraino iritsi zen, eta elkarrekin kolaboratzen hasi ziren. «Gure lehen bezeroa izan zen ofizialki, eta produktu interaktibo batzuk, ibilbide batzuk eta joko txiki batzuk egin genizkien, haien eskaerei jarraiki», azaltzen du Hafok.

8. Puntu Kom burbuilaren ezteandari buruzko xehetasun gehiago: https://es.wikipedia.org/wiki/Burbuja_punto_com [online] [Kontsulta: 2016ko otsailaren 18a]

9. Bilboko tranbiaren A linea 2002ko abenduaren 18an inauguratu zuten.

10. Hainbat sari jaso zituzten, esaterako: 2002ko Gure artea sarirako hautagaiak, 2002ko Injuve-ren (Madril) Ikus-entzunezko sariketako accesita, Langintzaren 2002ko Bilbon Enpresa Ekimeneren IX. Lehiaketako accesita eta film labur bat hautatua *Plus*. eserako, 2002ko maiatzean.

11. Hafok azaltzen duenez, Artelekurekin lehendik zeukaten erlazioa. «Bereziki Pernan Goñik, Euskal Herriko arte-munduko ekitaldien *La mirilla* moduko bat argitaratzen baitzuen».

Animatu, hurrengo pausoa

Donostiako arte-zentro haren zerbitzu-hornitzaile bihurtuz geroztik, profesionaltzeari ekin zioten hiru artistek, «ti-ta.NETek ez baitzeukan inolako forma edo izatasun juridikorik». 2002ko uztailaren 22an Animatu sortu zuten, multimedia-edukien ekoiztetxea.

Lehen urteak eraldaketa-urteak izan ziren. Hafok azaltzen duenez, «talde artistikoa izatetik gendotzen, eta enpresa serioa bihurtu ginen». Ildo horretan kokatzen dira Garikoitz Fraga¹² artistarentzat egin zuten *Ratología*¹³ moduko produktu guztiz esperimentalak. Animatuko bazkide eta sortzaileak zehazten duenez, «saguaren erakuslean oinarritutako test psikologiko batzuk ziren, nortasuna neurtzeko balio zutenak».

Bilboko ekoiztetxearen eta Fragaren arteko kolaborazioa denboran luzatu zen, eta Animaturen animazio eta bide-jokoetako musikaren ohiko konpositorea bihurtu zen Fraga. Bestalde, Garikoitz Fragak beste batzuekin batera sortutako *Eseté* izeneko joera kreatiboen paperezko hilabetekariarentzako multimedia-edukia sortzeaz arduratu zen Animatu.

Animatuk arte-alorrean landutako beste proiektu bat *Deambular* izan zen, eta hura lantzeko beka bat eman zien Fundación La Caixa 2004an. «*Peer-to-peer* (P2P) artxiboak trukatzeko zerbitzu bat zen: mundu birtual isometriko baten interfaze grafikoa zeukan, eta bertan erabiltzaile bakoitzak bere esparru sortu eta artxiboak trukatzeko zituen beste erabiltzaile batzuekin». Txat bat ere bazeukan, berriketan jarduteko.

Artelekurentzat lanak egiten jarraitzen zuten, aldi berean, Donostiako kultur zentroko jarduera eta hitzaldi batzuen *streaming* bidezko emisioa,

12. EHUn Arte Ederrak eta Bilboko Goi Kontserbatorioan Musika ikasi eta gero, 2002an, ekitaldiak antolatu eta argitalpenak banatzen dituen Belleza Infinita izeneko elkarte sailkaxezina sortu zuen Garikoitz Fragak. Xehetasun gehiago: <http://www.euskomedia.org/aunamendi/76996> [on line] [Kontsulta: 2016ko otsailaren 19a]

13. *Ratologia.com*-en webgunea [online] [Kontsulta: 2016ko otsailaren 19a]

adibidez. Ez ziren aitzindariak izan Euskal Herrian halako zerbitzuak eskaintzen¹⁴, baina bai zerbitzu horietarako Flash erabiltzen.

Animatuko gasteiztarrak dioenez, garai hartan hiru estandar erabiltzen ziren bideoa online transmititzeko: Quicktime, Windows Media Player eta Real Player. «Bat erabiltzeak beste biak baztertzea esan nahi zuen, eta guk Flash erabiltzea erabaki genuen, bateragarria zelako web-nabigatzaile guztiekin». Zerbitzu hori ematea zaila zela gogoratzen du Hafok, Flash Communication Server izeneko zerbitzari bat bazegoen ere, ez zeukan *hosting*ik Espainian. Kanpoan kontratatu behar izan zuten, beraz. Horretarako, Influxis izeneko Kaliforniako enpresara jo zuten.

Bestalde, Animatun zerbitzuak euskaraz eskaintzen saiatu ziren beti, Pernan Goñik bultzatuta bereziki. 2004an Oihutegia izeneko txat grafikoa egin zuten, Habbo-ren¹⁵ (Sulakke Corporation) antzekoa, baina Bilboko Plaza Berrian kokatua, erabiltzaileak euskara hutsean komunikatu ahal izan zitezen. Hafok azaltzen duenez, urtebete lehenagoko *Deambularren* antzekoa zen. «Ohitura geneukan produktu bat garatu eta haren teknologia berrerabiltzeko».

Euskarazko produktuen artean *Mamutxak* izeneko Interneteko eta *merchandising* erako materialak garatu zituen Animatuk. Euskal Herriko haur eta gazteei zuzendutako frankizia horrek Jose Migel Barandiaranek (Ataun, 1889-1991) euskal mitologiari buruz egindako bildumak zeuzkan oinarritzat. Pernan Goñi gipuzkoarra izan zen proiektu horien zuzendaria.

2005ean euskal kioskoetan banatu zen kromo-bilduma bat egin zuten. «Egundoko arrakasta izatea zen gure asmoa, era guztietako

14. Gómez Rubio, Leire. «Análisis de contenidos y navegabilidad en las websites de las televisiones locales de la Comunidad Autónoma Vasca». *La comunicación local por Internet* (Humanitats bilduma). Universitat Jaume I. 2005 (425-433. or.).

15. Gazte eta gaztetxoei zuzendutako sare sozial honek Habbo Hotel izena zeukan lehen. Txat-aretoak hotel bateko logelen moduan ageri dira, ikuspegi isometrikoan. Zerbitzua 2000. urtean jarri zen martxan, eta 2012an 278 milioi avatar zeuzkan erregistratuta, eta bost milioi erabiltzaile bakan hilean.

merchandising-produktuak ateratzeko handik¹⁶», azpimarratzen du Hafok. Pernan Goñik berak azaltzen duenez, kale-antzezlan bat ere izan zuen *Mamutxak* proiektuak, Kukubiltxoren eskutik. «Asmo handiko proiektua zen¹⁷».

*Mamutxak*en oinarritutako ipuin-bilduma etorri zen geroago¹⁸, euskaraz eta ingelesez, eta Baigorri argitaletxeak banatu zuen flash-formatuko marrazki bizidunen sail bat. *Gara* egunkariaren gehigarriarekin batera saldu ziren bilduma biak. «Pernanek egin zituen marrazki guztiak, bai eta marrazki bizidun gehienak ere, azpikontratatu genuen jende gehiagok lagunduta».

Azkenik, *Mamutxak* frankizia telefono mugikorretara eramatea erabaki zuten, *Mamutxen eremua* izeneko bideo-jokoarekin. Gaztetxoei zuzendutako joko horretan, jokalaria protagonista kontrolatzen du, Lamia, Basajaun, Sugaar eta Ortz pertsonaia mitologikoak bilatu eta argazkiak egiten dizkien bitartean.

Jokoaren zailtasuna jokalaria iaiotasunean oinarritzen da, batetik, eta erabiltzaileari laguntzen dioten pertsonaiek eskaintzen duten informazioaren ulermen eta laburpenean, bestetik. Mugikorretarako euskarazko lehenbiziko bideo-jokoa izan zen. J2ME¹⁹ lengoaian garatu zen eta Eusko Jaurlaritzako Kultura Sailaren diru-laguntza jaso zuen, teknologia berrietan euskara garatzeko planaren barruan. Jokoa deskargatzeko hiru SMS bidali behar ziren, «Eremu» hitzarekin, 7505 zenbakira.

Mamutxak produktuak garatzen ari zen bitartean, beste enpresa batzuentzako eskaerak jasotzen jarraitzen zuen Animatuk, gero eta handiagoak, gainera. Eureka! Zientzia Museoak (KutxaEspazioa), adibidez, mini-joko «serioago»en sorta bat garatzeko eskatu zien.

16. José María Martínez «Hafok» gasteiztarrek dio beraiek ez zirela *Mamutxak* proiektuaren aitzindariak, «guk eduki batzuk baino ez genituen ekoizten».

17. José Cámarak zuzendutako antzezlanak, Pablo Lasaren eta Bixente Martínezen musikarekin.

18. Pernan Goñik dioenez, hainbat euskal idazleren artean idatzi zituzten sail hartako ipuinak.

19. Xehetasun gehiago: https://es.wikipedia.org/wiki/Java_Micro_Edition [on line] [Kontsulta: 2016ko otsailaren 19a]

Hamahiru egin zituzten, energiari, fisikari eta birziklatzeari buruzko buru-hausgarrien eta galdera-erantzunen generokoak gehienak. Zientzia-museoko informatika-ekipo batzuetan jarri zituzten jokoak.

Anesvad GKEak ere Animatura jo zuen legenarrari buruz antolatu zuen kanpainaren barruan kontzientzia soziala landuko zuen bideo-joko bat eskatzeko. «Handi samarra izan zen garapena, hilabeteak eman genituen». «Bideo-joko hartan Anesvadeko boluntarioen jarduera irudikatu beharra zegoen, eta egiten zituzten prozesu guztiak erakutsi». Jokoko protagonista zenbait herrialdetara doa, bakoitza bere giropen bereziarekin, eta legenarra hautemateko protokoloak aplikatzen ditu han, kasuren bat aurkituz gero, gaitzari aurre egiteko bitarteko guztiak martxan jartzeko. Bideo-jokoaren bidez, Anesvadetik gaixotasun infekzioso horri aurre egiteko lantzen duten prebentzio, informazio eta kontzientziazioa ere zabaldu nahi zuen elkarteak.

Legenarraren Mundu Egunean, urtarrilaren 29an, *El equipo contra la lepra* bideo-jokoa argitaratu zuen GKEak bere webgunean²⁰. «Ongi pasatzea eta entretenimendua hezkuntzarekin eta sentsibilizazioarekin uztartzea zen helburua», azaltzen du Hafok.

Advergame hark bigarren bertsio bat izan zuen, telefono mugikorretarako. Planteamendu bera zeukan bertsio berriak, baina *The Legend of Zelda* (Nintendo, 1986) klasikoaren antzeko estetikarekin. Madrilgo Virtual Toysen *Torrente 3* jokoa egiten bukatu berria zen Josu Cobelo programatzaile bilbotarrak egin zuen lan hura.

MUGIKORRETARAKO JAUZIA

Artelekurako, Zientzia Museorako eta Anesvadentzako produktuak eta *Mamutxak* frankiziarako materiala garatu aurretik, mugikorren merkaturako aplikazio eta bideo-jokoak garatzeko lerro bat irekitzeko aukera aztertzen hasiak ziren Animatun. José María Martínez «Hafok» gogoratzen duenez, urte haietan hastapenetan zegoen negozioa, eta zeuden jokoak «oso sinpleak» ziren.

20. «Un videojuego contra la lepra». *Elmundo.es* <http://www.elmundo.es/elmundo/2006/01/27/solidaridad/1138384806.html> [Online] [Kontsulta: 2016ko otsailaren 19a]

Edonola ere, enpresan ez zeukaten joko haiek azkar eta ondo programatzeko beharrezko ezaugarriak zeuzkan inor. Java-ikastaro bat egindakoa zen Hafo, baina ez zen gai sentitzen esku artean zeukana bezalako abentura bat berak bakarrik garatzeko. «Gaitasun handiagoa zeukan norbait bilatzea erabaki genuen, eta hiru gaztez osatutako gure enpresarentzat mugimendu arriskutsua zen hori».

Iragarki batzuk jarri zituzten, eta Bilboko gazte batek erantzun zien: Juan Herreros, Deustuko Unibertsitatean ikasitakoa eta ikasketa-amaierako proiektu gisa aplikazio bat J2MEn egindakoa. «Horrez gain, praktikak Telefónica Móvilesen (Movistar) eginak zituen, e-Mocion-era igotzen zituzten jokoak testeatzeko zerbitzuan». «Bete-beteen asmatu genuen harekin», aitortzen du. Denborarekin, enpresako bazkide bihurtu zen Herreros, eta funtsezkoa izan zen Animaturen mugikorren negozioarako teknologia garatzeko garaian.

Erabaki beharreko hurrengo pausoa zein joko egitea zen. «Ez geneukan dirurik marketinerako, eta, beraz, marka ezagun batekin bat egitea pentsatu genuen». Pernan Goñiren bidez, marrazki barregarriak zeramatzaten kamisetak diseinatzen zituen Iruñeko enpresa batekin jarri ziren harremanetan: Kukuxumusu. «Lizentzia-ereduarekin egiten zuten lan beti. Berdin dio zer egiten duzun: galtzontzilloak, kamisetak, giltzatakoak edo bideo-jokoak. Haiek marka lizentziatu, eta zuk royaltyak ordaintzen dizkiezu».

Animatuk mugikorretarako egin zuen lehen bideo-jokoa 2004ko abuztuan argitaratu zen, eta bateragarria zen berrehundik gora terminal-eredurekin. *Kukuxumusu Farm* izena zuen jokoak. Jokalariak ardi bat kontrolatu behar du bertan, behiak jetzi eta jaten eman diezaien. Ez baditu jezten edo gehiegi jezten baditu, hil egiten dira. Jokoa aurrera egin ahala, baina, behi gehiago edo jetzigailu gehiago erosteko aukera dago. Jokoa funtzionamendua Nintendoren Game & Watch joko-makina klasikoaren oso antzekoa da.

J2MEn eta i-Mode-n²¹ garatuta zegoen jokoa, eta e-Mocion zerbitzuaren bidez edo SMS bat bidaliz deskargatzen zen. Hafok azpimarratzen

21. Telefónicak Espainian zabaldu zuen teknologia japoniarra. Haforen esanetan, «ez zuen arrakasta handirik izan».

duenez, 100.000tik gora deskarga²² izan zituen *Kukuxumusu Farmek*. la dozena bat banatzailearen bidez argitaratu zen, beste horrenbeste hizkuntzatan²³. «Animatu bezalako enpresa txiki batentzat izugarriko dirutza izan zen, nahiz eta, garai hartan, ekoizlearen eta banatzailearen arteko hitzarmena %50ekoa izan».

Animaturen euskarazko jokoen lerroaren barruan beste zazpi izenburu gehiago atera zituzten. *Musgikorra*, mugikorretarako mus-jokoa, erabiltzaileei beren terminalean online jokatzeko aukera ematen ziena, PC batekin egingo zuten moduan; *Lorategia*; *Naturaleku: Arrainak*; *Naturaleku: Onddoak*; *Naturaleku: Ugaztunak*; *Hitz-Mitz*, hitz gurutzatuak euskaraz, eta *Birika* izeneko doako bideo-jokoa, *Super Mario Brosen* (Nintendo, 1985) tankerako plataformaduna.

Finantzazio-bila

Kukuxumusu Farmen arrakasta handia ikusita, oso produktu-lerro errentagarria zeukatela konturatu ziren Animatuko hiru bazkideak. Telefónica ere oso pozik zegoen izandako emaitzarekin, eta Animaturi joko gehiago eskatzen hasi zen. «Bilera batzuk egin genituen haiekin, eta gure ekoizpenerako bide-orriaz galdetu ziguten, gure produktuaren sustapena eta marketina prestatu ahal izateko».

Dena nahi bezala atera bazen ere, Goñi, Iturburu eta Martínezen aurrezkiekin bakarrik finantzatu zen *Kukuxumusu Farm*. Hainbeste irabazi ematen zituen negozio harekin jarraituko bazuten, finantzazioa lortu eta enpresa gisa jardun beharko zuten guztiz. «Ezin genuen esan bost programatzaile gehiago kontratatuko genituenik, ez geneukalako inbertsiorik. Gainera, jokoak egiten ikasi genuen, bai, baina ez genekien enpresa bat kudeatzen».

Lehenik eta behin, negozio-plan bat egin beharra zegoen, inbestitzaileei aurkezteko; eskuratzen zituzten funtsak jendea kontratatzeke eta Telefónicatik zetorkien lan-zamari erantzuteke erabiliko zituzten.

22. «20.000 deskarga lehen hilabetean», zehazten du Animaturen sortzaileak.

23. AndinaTech, arenaMobile, Breakpoint, Jamba, Movistar Chile, Movistar Mexico, Movistar Spain, mSolutions, MTEL, O2, Proximus, SMSoinu, Telcogames, ZED, celander, Jump Games, Telstra, TIM Wireless, tracebit, Verity Tech eta WooWorld.

2005ean zehar, Elcano XXI arrisku-kapitaleko funtsarekin eta Iruñeko entitate pribatu batekin jarri zen harremanetan Animatu, Kukuxumusuren bitartekaritzari esker. Erakunde pribatuari interesgarria iruditu zitzaion bizkaitarren proiektua, baina ezinbesteko baldintza bat jarri zien: enpresaren gidaritzaren finantzarioaz arduratuko zen administratzaile bat izendatzea. Animatuko bazkideei ez zitzaion baldintza hura ondo iruditu eta, azkenean, Elcano XXIen baldintza malguagoak onartu zituzten. 175.000 euroko ekarpena egin zien.

Finantzazioa onartuta eduki arren, Animatuz kanpoko zenbait gorabeheraren ondorioz, arrisku-kapitaleko funtsa ez zen 2006ko ekainera arte enpresan sartu. «Telefónicak eskaintzen zigun aukerak ihes egin zigun ordurako». Gertaera haren ondorioz, euskal ekoiztetxeak ezin izan zion merkatuak eskatzen zuen erritmoari jarraitu. Gainera, Animaturekin batera hasitako beste enpresa batzuek, Generak eta Microjocs-ek adibidez, aurrea hartu zieten. «Aukera on bat galdu genuen, gure erantzuteko ezintasunagatik», dio Hafok, nahigabetuta.

Elcano XXI Animatun sartu eta gero, Pernan Goñi bazkide sortzaileak beste bide batzuk jorratzea erabaki zuen, konpainiatik kanpo.

Mundu osoan saltzen

2005eko maiatzetik 2008ko azarora bitartean, «jendeak deskargatzeko ordaintzen zituen» Kukuxumusuren marrazki eta pertsonaietan²⁴ oinarritutako gauzak egiten jarraitu zuen Bilboko enpresak: bideo-jokoak, pantailarako irudiak eta mugikorretarako animazioak, besteak beste.

Animatu abiadura bizian zihoala, parte-hartzaile berriak iritsi ziren mugikorren merkatura: edukien agregatzaile eta banatzaileak. «Hasieran negozio ona geneukan. Gure jokoak Telefónicara eraman, eta beso zabalik hartzen gintuzten, Espainian beste inork gutxik egiten baitzuen guk egiten genuena. 2006an, gu bezalako joko-ekoizle gehiago zegoen dagoeneko, eta operadoreak bitartekariak jartzen hasi ziren, hainbeste hornitzaile ez kudeatu behar izateko».

24. *Kukuxumusu UFO* (2005eko maiatza), *Kukuxumusu Way* (2006ko azarora), *Kukuxumusu Cell*, *Kukuxumusu San Fermin* (2007ko uztaila), *Kukuxumusu Halloween* (2007ko urria), *Kukuxumusu Water* (2008ko urtarrila) eta *Kukuxumusu Spider* (2008ko azarora).

Aldaketa horrek bi ondorio izan zituen. Euskal bideo-jokoak munduko edozein merkatura iritsi zitezkeen banatzaile haiei esker, herrialde bakoitzean operadore guztiekin negoziatu eta kudeatu behar izatea oso nekosoa gertatzen baitzen. «Gainera, guk ez geneukan horretan aritzeko gaitasunik», dio Hafok. Horri esker, 40tik gora herrialdeetarako iritsi ziren Animaturen jokoak.

Dena den, gero eta joko gehiago saldu arren, diru-sarrerak gero eta txikiagoak ziren. «Bitartekariak tartean sartzearekin bat, irabaziak erdibana banatzeko hitzarmenak bertan behera gelditzen joan ziren». «Bitartekari batzuek, bestalde, beste bitartekari batzuen lanak banatzen zituzten eta, azkenean, nahiz eta Filipinetan saltzen ari zinela jakin, salmentako zentimo bat baino ez zitzaizun iristen. Kate bateko azkena izaten zinen askotan, eta ez zenekien zenbat bitartekari zeuden tartean».

«Gero eta diru-sarrera gutxiago geneukala konturatu ginen, eta bideo-jokoen marka propio bat sortzea erabaki genuen, irabaziak hainbeste banatu behar ez izateko». Horrela bada, ikus-entzunezko lanak (haien artean bideo-jokoak) garatzeko laguntza bat eskatu zioten MEDIA programa europarrari²⁵, eta Manga Games marka erregistratu zuten nazioartean.

Manga Gamesekin ekoiztutako jokoak bi merkatu-hobi oso zehatzetara bideratuta zeuden: neska gaztetxoak, batetik, eta 30-35 urte bitarteko emakume eta gizonak, bestetik. Animatutako jokoaren alderdi bisual guztia indartu zuen, grafiko eta kolore egarria zeukaten erabilzaileak erakartzeko. Hori ederki ikusi zen *Yakuza The Treasure* (2007ko urria) jokoan. «Asko saiatu ginen joko horrekin, baina ez zuen guk esperotako emaitzarik izan», onartzen dute.

Haren atzetik etorri ziren beste hiru jokoek ere antzeko zoria izan zuten: *Manga Games & Watch* (2007ko azaroa), Nintendoko bost joko-makina zaharren jokagarritasunean eta ideietan oinarritutako jokoak; *Plankton* (2007ko azaroa), TOMY markako Waterful Ring Toss jostailuan oinarritua, eta *Sensei* (2009ko ekaina), «garai hartan modan jartzen hasita zeuden» eguneroko galdera eta azterketez osatutako Brain Training erako jokoak (Nintendo, 2005).

25. Urte batzuk lehenago MEDIAren laguntza jaso zuten Kukuxumusu mobile games markak.

Animaturen urterik onena

2007a Animaturen urterik onena izan zen, zalantzarik gabe. Konpainiak 13 langilez osatutako lan-taldea zeukan, gehienak ere bideo-jokoetan guttiz zentratuak. «Bi proiektu-buru geneuzkan, bospasei programatzaile, diseinatzaile batzuk, community manager bat eta administratzaile bat». Gainera, enpresaren nazioartekotzea indartu zuten, ICEXen programa bati esker, Laurence Muies britainiarra arlo komertzialerako kontratatu eta gero.

Bideo-jokoak ekoizteko makinak «primeran koipeztatuta» zeuden ordurako. Animatuk hainbat lan-talde zeuzkan, bakoitza bere buru, programatzaile eta ilustratzailearekin; horri esker hainbat proiektu garatzen zituzten aldi berean, eta jokoak etengabe argitaratzen zituzten. Horrek ez du esan nahi, ordea, zailtasunik ez zeukatenik.

Merkatuan ezin konta ahala mugikor eredu eta marka zeudenez, joko beraren bertsio ugari egin behar izaten zituzten, gailu bakoitzaren ezau-garri teknikoetara egokitzeko. Hafok salatzen duenez, «Javaren mugikorretarako estandarra (J2ME) erabilia, behin programatu eta edozein terminaletarako balio zuela esaten bazen ere, gezur handi bat zen hori».

Joko beraren 50etik gora bertsio ekoizten zituzten Animatun, fabrikatzaile bakoitzak bere soinu- eta bideo-APIak²⁶ eta mugikor bakoitzak bere bereizmen eta pantaila-neurriak zeuzkala eta. Diotenez, «eromen hutsa zen». Bestalde, jokoek ezin zuten 32Kb-tik gorako memoria izan, terminal oinarri-oinarrizkoetan jokatu ahal izateko, haiek baitziren «jende gehienak zeuzkanak, eta deskarga gehien egiten zituztenak». «Aparteko esfortzua bat egin beharra zegoen jokoak gailu haietan sartu ahal izateko».

Mugikorren merkaturia, gainera, etengabe aldatzen zen, eta ziztu bizian eboluzionatzen zuen. Merkatua AEBetako enpresen esku ari zen kontzentratzen. «Hala gertatu zen Sumea enpresa finlandiarrekin: Digital Chocolate sortu zuten funts estatubatuarrek xurgatu zuten. Digitalek munduko merkaturia kontrolatzen zuen Gameloft

26. Beste software batek erabil ditzakeen errutina, funtzio eta prozeduren liburutegia.

frantziarrarekin eta EA eta GLU amerikarrekin batera», azaltzen zuen Maren Iturburuk, *MEDIA* aldizkariak egindako elkarrizketa batean²⁷.

Euskal Herrian, enpresa txikien sareak atomizatuta jarraitzen zuen, maila lokalean indartsu baina nazioartera zabaltzeko ahaleginetan. Iturburuk azaltzen duenez, oso zaila zen lizentzia handiei aurre egitea eta garai hartako lau joko-ekoiztetxe handien marketin-kanpainekin lehiatzea. Edonola ere, mugikorretarako merkatuak «hazten jarraitzen zuen». «Arriskutsua da etorkizuna, baina aukera handiak eskaintzen ditu, mugikorretarako jokoen-merkatua garatzen ari baita etengabe», esaten zuen Animatuko bazkideak.

Aldaketa horiek sei hilean behin ikusten ziren, bereizmen eta gaitasun gehiago zeuzkaten terminal berriak merkaturatzean, eta Animatuk aldaketa horietara egokitu behar zuen behin eta berriro. Ikerketa eta Garapeneko (I+G) talde txiki bat zeukaten horretarako, Juan Herreros programazio-buruak gidatua. Jokoak azkar batean ekoitzi, testatu eta merkatuko ehunka mugikor mota eta modeloetarako egokitzapena egiteko aukera emango zien garapen-ingurunea sortzea eta hobetzea zen talde haren egitekoa. MoviPro izeneko softwarea erabiltzen zuten, eta terminal mugikor guztien datu-base bat zeukaten, karpeta desberdinetan banatuta eta pantaila-bereizmenen arabera antolatuta. Karpeta komuneko grafiko eta soinuak hartuta, mugikor-modelo bakoitzari zegokion amaierako artxibo espezifikoak automatikoki sortzen zituen tresna hark, JAR²⁸ formatuan.

Bi urteko garapena izan zuen MoviProk, eta «143.000 euro inguruko I+G-ko kostua», José María Martínez «Hafo» bazkide gasteiztarrak zehazten

27. Maren Iturburu, Animatuko proiektu-zuzendaria: «Estar apoyados por el Programa MEDIA es símbolo de garantía de producto». *MEDIA, Revista de información del programa MEDIA de La UE*. 17. or. (2008ko iraila)

28. Java lengoian idatzitako aplikazioak exekutatzeko aukera ematen duten artxiboak dira JAR artxiboak (Java ARchive-ren ingelesezko sigla).

duen moduan. SPRIren Innotek eta Gaitek²⁹ programen bidez diru-laguntza batzuk jaso zituzten, halaber. «Tresna hura gabe, Animatuk ezin izango zuen mugikorretarako joko eta aplikazioen merkaturatzea jarraitu», onartzen dute.

Garapenari eta banaketari lotutako zailtasunez gain, merkaturatu aurretik joko guztiak banan-banan probatzen zituzten. Terminal modernoenetan jokoak Bluetooth³⁰ bidez instalatu bazitezkeen ere, gama apalekoetan «fitxategia zerbitzari batera igo, eta WAP³¹ bidez nabigatuz jaitsi behar ziren, eta horrek asko motelitzen zuen prozesua».

Animatun ehundik gora mugikor desberdin izatera iritsi ziren. «Holandan edo Erresuma Batuetan banatu nahi bagenuen, han gehien erabilitako terminalak zein ziren jakin eta hona ekarri behar genituen». Hafok gogoratzen duenez, Interneteko enkante-gune ezagunen bidez erosten zituzten telefonoak, «gure jokoak testean, eta Errusian banatu zitezkeen».

Bideo-jokoetatik bizirik irtetea

2007ko emaitza onek etorkizun oparoa iragartzen zuen Animaturentzat, bideo-jokoen negozio arras errentagarria. Gauzak ez ziren horrela izan, inondik ere. Mugikorretarako bideo-jokoen merkaturatzea gero eta ezegonkorragoa zen, ekoiztetxe handien jarrera maximalistekin lehiatu behar zuten irabazi-marjina txikiko enpresa txikientzat bereziki.

«Beste aukera batzuk baloratu beharra zegoen», dio José María Martínez «Hafo»k, eta beste negozio-lerro bat irekitzea erabaki zuten orduan: *advergameak*³². «Espainian ez zen inor ari mugikorretarako

29. Batetik garapen teknologikora eta berrikuntzara eta, bestetik, produktu berriak garatzeko eta oinarri zientifiko eta teknologikoko enpresa berriak martxan jartzeko garapen-proiektuak egitera zuzendutako diru-laguntzak. Eusko Jaurlaritzaren SPRI garapen-agentziak ematen ditu laguntza horiek.

30. Irrati-maiztasuneko lotura baten bidez, gailu desberdinen artean ahotsa eta datuak transmititzeko aukera ematen duen hari gabeko sistema.

31. Telefono mugikorretik Interneteko zerbitzuak erabiltzeko aukera ematen duen hari gabeko aplikazioen protokoloa.

32. Produktu, erakunde edo ideia bat sustatzeko helburuz sortutako bideo-jokoak.

marketina edo *advergameak* egiten; marketin-agentzietatik deitzen hasi zitzaizkigun, eta beste bezeroren bat ere bai, eta buru-belarri murgildu ginen negozioan».

Negozio-lerro berri hartan egin zuten aurreneko lanetako bat Cutty Shark whisky-markarentzat izan zen. Diskoteketan instalatutako igorgailu infragorrien bidez banatzen zen *Pac-Man* (Namco, 1982) bat pertsonalizatu zuten.

Pixkana-pixkana halako eskari gehiago iristen hasi ziren Animaturen bulegora, Genetsis publizitate-agentziarena, esate baterako: Calvo elikagai-banatzaillearen «atun argiaren pateak» produktuaren sustapen-kanpainaren barruan, mugikorretarako joko bat egin zuten. Joko hartan, jokalaria urpekari hori bat gidatu behar zuen, marmokak saihestuz, kako batekin atunak harrapatzeko, bost eszenatokitan banatutako 20 mailatan zehar. Proiektuak 3.000 euroko kostua izan zuen, gehi BEZ, eta hilabete behar izan zuten hura egiteko.

Pantallas Amigas³³ ekimenak, bestalde, bi *serious game* egiteko eskatu zion Animaturi. *SecuKid* jokoaren bidez software gaiztoaren (birusak, harrak, troiarrak, spywarea) arriskuez ohartarazi nahi zituzten gazteak; *Datu pribaturen* bidez, berriz, datu pertsonalen eta irudien erabilera eta online-pribatutasuna lantzen ziren.

Bilboko Azkuna Zentroak ere (Alhondiga izandakoa) *advergame* baten eskaria egin zion Animaturi. 2010eko maiatzeko inauguraziorako, Bilboko kultur zentro berriko gune desberdinak ezagutzera ematen zituen *Ihoku* izeneko jokoa egin zuten, Mario Bros iturginaren jokoen oso antzekoa.

Hafok zehazten duenez, *advergame* haietako gehienak «J2MEn garatuta zeuden, 60 eguneko epean, eta 3.000 eta 9.000 euro arteko aurrekontuekin».

33. Haur eta gaztetxoek artean teknologia berrien erabilera seguru eta osasungarria bultzatzea eta herritartasun digital arduratsua sustatzea helburutzat duen ekimena. Informazio gehiago: <http://www.pantallasamigas.net/> [on line] [Kontsulta: 2016ko otsailaren 20a]

Haiek izan ziren enpresak garatu zituen azken bideo-jokoak, 2008. urte amaieran «finantza aldetik itota baikeunden, eta jokoek ez ziguten jada jarraitu ahal izateko adina dirurik ematen». Enpresa bizirik iraunarazteko, bigarren finantzazio-txanda bati ekin zioten. «Inbestitzaileei aurkezten genizkien emaitzak ez ziren onak, eta haiek enpresak aurrera egitea nahi zuten eta beste bide batzuk jorratu genitzala».

Seed Capital arrisku-kapitaleko funtsa³⁴ izan zen Animaturen bidaide berria, eta kapital bihurtu zitekeen 67.500 euroko maileguarekin³⁵ lagundu zion, helburu garbi batekin: marketin mugikor lantzea. Ekarpene ekonomiko hari esker, hainbat produktu eta zerbitzu garatu zituzten hainbat enpresarentzat: Lagun Aro (mugikorrerako informazio-ataria), Sanitas (aplikazioa), Guggenheim Bilbao Museoa (aplikazioa, web mugikorra eta jakinarazpenen sistema), REPSOL YPF (aplikazioa eta multimedia-edukiak).

Euskal Herriko administrazio eta erakundeak eta bestelako erakunde pribatuak ere Animaturen bezero izan ziren, hala nola Bilboko Udala, Bizkaiko Foru Aldundia, Lan Ekintza, IAB (Interactive Advertising Bureau), Caja Madrid, OME, Burgosko CAB arte-zentroa eta Páginas Amarillas.

AMAIERAREN HASIERA

José María Martínez «Hafo» Animaturen bazkide sortzaileak azaltzen duenez, 2007ko ekainaren 29a izan zen dena aldatu zuen eguna. Egun hartan Apple-ren iPhone-a merkaturatu zen AEBetan eta Europako zenbait herrialdetan, eta horrek goitik behera aldarazi zuen telefonia mugikorraren merkatua. «Ukimen-pantailen erabiltzaile-esperientziagatik izan zela uste dut. Nokiaren telefonoek eta TSM markako modelo batzuek bazeuzkaten halako pantailak, baina stylus-a erabili beharra zegoen».

34. Seed Capital de Bizkaia Bizkaiko Foru Aldundiko Ekonomia Garatzeko Sailari atxikitako foru-sozietate bat da. 1989 amaieran sortu zen, enpresa-proiektu berritzaileen garapena, proiektuak martxan jartzeko fasean, sustatzeko Europako Erkidegoak zeukan European Seed Kapitaleko Funtsak Sustatzeko Programaren barruan.

35. Sáenz, Gontzal. «Seed Capital Bizkaia entra en el capital de nueve empresas tras invertir 1,7 millones». *Estrategia Empresarial*. 25. or. (Argitalpen-data: 2009ko otsailaren 16-28a).

Appleren aplikazio-denden sorrera izan zen beste aldaketa handi bat, 2010eko ekainean. «Egia esan ez zen ezer berria erabiltzaileentzat», dio Hafok, Nokia operadorea aitzindaria izan baitzen OVIrekin³⁶. Garatzaileentzat, ordea, erabateko aldaketa ekarri zuen, irabazien banaketa honela gelditu baitzen: %70 sortzaileentzat eta %30 Applerentzat, antzeko beste zerbitzu batzuen kasuan %50 zen garai berean. «Baldintza haiek inoiz izan genituen onenak iruditu zitzaizkigun», dio Hafok.

iPhone-ak ekarri zuen paradigma-aldaketak, ordea, ustekabean harrapatu zuen Bilboko enpresa. iOSerako³⁷ produktu eta zerbitzuak eskatzen hasi ziren bezeroak, baina Animatuk zailtasunak zeuzkan Javatik Apple sistemarako jauzia modu egokiak egiteko. Hala eta guztiz ere, sagarraren telefonoetarako aplikaziotxo batzuk egin zituzten, RSS irakurgailu eta Gabonak zoriontzeko gailu bat, adibidez, «2008ko Gabonetan arrakasta handi samarra izan zuena».

Eraldaketa hura marketin mugikorrera ere iritsi zen. «Sei hilabeteren buruan, marketin mugikorrari buruz ebanjelizatzen egotetik, jende guztiak zerbitzuak eskatzera pasa ginen, iPhone eta Androiderako bereziki». Egoera horrek «bi uren artean» jarri zuen Animatu, eta, Hafok azaltzen duenez, ez zuten asmatu erantzuten.

2009. urte erdialdean, gainbehera betean, Maren Iturburu bazkide sortzaileak enpresa utzi, eta Bilboko Arista publizitate-agentziako zuzendari nagusia bihurtzea erabaki zuen. «Marenek gestore profila zeukan, eta ezin izan zion ezetz esan egin zioten eskaintzari», onartzen du Hafok.

Egoera berrira ezin egokituta, eta Animatu «aurrera ateratzeko» neke pertsonalaren ondorioz, gasteiztarrak enpresa ixtea erabaki zuen. «Jarraitzeko adina diru bageneukan oraindik, baina inbestitzaileei ixtea proposatu nien, eta ondo iruditu zitzaien. Haiek zertxobait berreskuratu

36. Nokia Store (lehen, Ovi Store) 2009ko maiatzean aurkeztu zen ofizialki. Nokia markako gailuetarako aplikazioak saltzeko denda zen, eta Symbian, MeeGo, Asha Platform eta Nokia X Software Platform sistema eragileekin funtzionatzen zuten.

37. Apple multinazionalaren mugikorretarako sistema eragilea da iOS.

zuten, ez asko, baina itxiera ordenatua egin ahal izan genuen, langileei kalte-ordainak ordainduta».

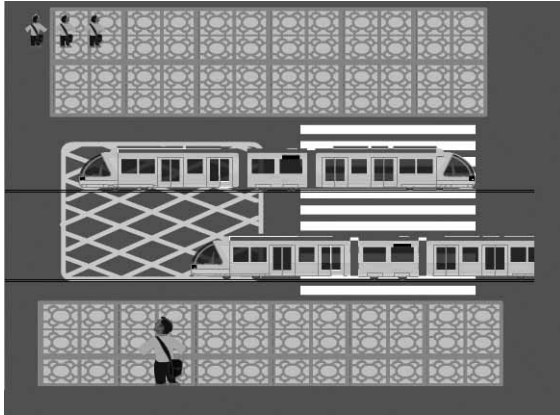
Animatu dagoeneko itxita, hilondoko bideo-joko bat ateratzeko gai izan ziren, Mikel Calvo³⁸ (Barakaldo, 1985) joko-diseinatzailearen temari esker. Animatun administrari zebilen Natxo Gorostizagaren grafikoak erabili zituen. 2010eko maiatzean iPhone-rako argitaratutako *Aizkolarik* Calvoren oso gustukoak ziren joko musikal klasikoak hartu zituen eredutzat. Erabiltzaileak aizkolari bat kontrolatzen du, jokoak markatzen dion erritmoari jarraiki enborra mozten duen bitartean.

Gaur egun, Tecnaliako *spin off* gisa sortutako WiMi5eko komunikazio-eta marketin-burua da José María Martínez «Hafo», eta bideo-jokoan HTML5eko online-editore batez arduratzen da bertan. Horrez gain, AZPlay (lehen, hÓPlay), bideo-joko independenteen nazioarteko jaialdia koordinatzen du, eta DADA Companyko bazkide sortzailea izan zen 2011ko apiriletik 2013ko martxora bitartean.

38. *Game designer* bilbotarra. Animatun hasi zuen bere ibilbide profesionala. Hura ixtean Ideateca bilbotarrean hasi zen lanean. 2012an Pulsar Concept sortu zuen, Ideatecako zenbait lankiderekin batera. Gaur egun, errealtate birtualeko aplikazioak garatzen dituzte, laneko arriskueterako eta larrialdi-egoereterako trebatzeko.



Ti-ta.net -ek eginiko lehen garapenek bideojokoen mekanika eduki sozial eta artistikoekin uztartu zuten. Los primeros desarrollos de Ti-ta.net mezclaron mecánicas de videojuego con contenido social y artístico.



Hafo, Goñi eta Iturburuk oihartzun mediatiko handia lortu zuten "Tranvía chirene" proiektuarekin. Ti-ta.net utzi eta modu profesionalen jarduteko Animatu sortzeko bidean urrats garrantzitsua izan zen. Con 'Tranvía chirene', Hafo, Goñi a Iturburu obtuvieron una gran repercusión mediática, que afianzó la transformación profesional de Ti-ta.net a Animatu.

animatu

Catálogo 2009



kukuxumusu Sanfermin

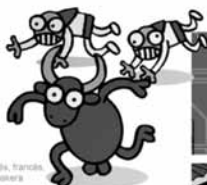
Venimos en catalán, inglés, francés,
alemán, italiano, catalán y euskera

¡Kukuxumusu da la vuelta a los Sanfermines!

Como los encierros con la misma emoción con la que lo hacen los mozos en las calles de Pamplona, pero con el humor y la torpeza de kukuxumusu. Visita los Sanfermines, vive la mayor fiesta que se conoce y como los ocho encierros como si estuvieras allí, intenta correrlos con calor sofocante, con lluvia, o incluso con dolor de tripa.

Tendrás que realizar el recorrido antes que te cojan los cabestros, y esquivar los toros y los mozos que corren junto a ti. Kukuxumusu, la fábrica de dibujos nació por y para los sanfermines.

Deja que te cuenten como ven ellos la fiesta del encierro. Los sanfermines al revés tal y como los ve Kukuxumusu.

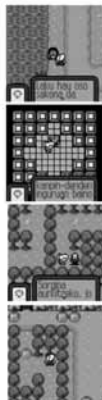


HA ENEHO
LOZINHO TOPA LA
PIDEU Y ESTE TUDO
EL BULO PUNHO
NEI QUE ES
PIDEU QUE TUDO
PIDEU PUNHO.



animatu

Catálogo 2009



MAMUTXEN EREMUA

Versión en euskera

El juego consiste en una aventura en la que el jugador tendrá que encontrar a los Mamutxak gracias a las pistas que le darán los personajes que se vaya encontrando. También podrá recoger objetos e intercambiarlos, y si sigue las indicaciones conseguir muchos premios.

El objetivo del juego es encontrar a los Mamutxak y sacarles una foto.

Es un juego orientado al público juvenil y por ello la jugabilidad carece de todo tipo de violencia. La dificultad reside por un lado en la habilidad del jugador, y por otro y más importante, en la comprensión y la síntesis de la información que nos da cada personaje que encontramos. Es por ello que encontramos este juego adecuado para la práctica del euskera, ya que está basado en la comprensión y el uso del mismo.

Animatu Euskadin mugikorretarako bideojokoak egiten zituen garatzaile aintzindaria izan zen. Beraientzat zein bezerontzat garatzen zituzten produktuak. Animatu se convirtió en una de las primeras desarrolladoras de videojuegos para móviles en Euskadi, elaborando tanto productos propios como para clientes.

animatu



Advergaming para Calvo

Cliente: Genetis para Calvo

El último proyecto de Animatu consiste en un juego para teléfonos móviles personalizado para la marca de conservas Calvo, concretamente para el producto "Pati de Atún Clara".

El proyecto ha sido desarrollado para la agencia Genetis que integra el juego dentro de una campaña de promoción del producto. El juego se ofrece como regalo dentro de un sorteo realizado mediante códigos que figuran en el envase del producto. La campaña está disponible en: www.promosacatum.com

Se trata de un juego sencillo e intuitivo en el que el jugador debe atrapar a los atunes que se encuentran en el mar. Con un pequeño submarino, el jugador sortea todo tipo de enemigos, como tiburones o medusas, para conseguir su objetivo.

El juego tiene 20 niveles localizados en 5 escenarios diferentes. La dificultad del juego va en aumento a medida que se superan las fases. Además hay una última fase limitada, modo "Panic", en la que el juego dura hasta donde aguante el jugador.

Catálogo 2009



Bideojokoek merkatuak indarra galdu eta lehiakorra izateari utzi zionean, iragarkietarako bideojokoak sortzen hasi ziren (advergaming) Calvorentzat egin zuten hau esaterako. Cuando el mercado de los videojuegos móviles dejó de ser competitivo, en Animatu comenzaron a elaborar videojuegos publicitarios (advergaming), como este para Calvo.

ARTE Y BITS

A comienzos del año 2000, tres licenciados vascos en Bellas Artes decidieron hacer una incursión en un nuevo espacio que, poco a poco, estaba extendiéndose por todo el mundo: Internet. Un universo de ceros y unos todavía por explorar, y que permitía experimentar y reinventar las clásicas disciplinas artísticas.

Gracias a las posibilidades multimedia y la interactividad de Internet, estos vascos evolucionaron al ritmo de las oportunidades que ofrecían los avances tecnológicos, y desarrollaron una desbordante creatividad. Sus contenidos llamaron la atención de terceros, lo que les llevó a crear una de las primeras productoras de Euskadi enfocadas a la autopista de la información.

No obstante, la ola tecnológica venía muy fuerte y las necesidades de los clientes les abocaron hacia un nuevo mercado, los teléfonos móviles. Se adaptaron y lucharon por aferrarse a aquel nuevo tiempo en constante evolución, y lleno de vertiginosos cambios.

De las Bellas Artes al mundo interactivo

A mitad de la década de los noventa, Internet, tal y como lo conocemos hoy en día, estaba dando sus primeros pasos. En 1991 nació la World Wide Web¹, que puso las bases de la navegación a través de enlaces. Dos años más tarde, se unió el uso de navegadores web, al que tomaría el testigo Netscape Navigator² en 1994. La red de redes comenzó a crecer de manera exponencial, e Internet se convirtió en la plataforma idónea para publicar contenido multimedia (texto, audio y vídeo), de forma masiva y accesible a todo el mundo.

En este revolucionario contexto surgen los contenidos interactivos. Uno de los primeros software que tuvo esta capacidad fue el programa

1. Más detalles sobre World Wide Web (WWW) en https://es.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web [en línea] (Consulta : 18 de febrero de 2016)

2. Navegador web de la compañía Netscape Communications creada por Marc Andreessen (9 de julio de 1971, Iowa, EE. UU.)

'FutureWave'³, aunque la popularización de Internet le llevó a transformarse en un potente software de dibujo vectorial orientado a la web. En 1996 la empresa Macromedia adquirió la compañía y rebautizó la aplicación como 'Macromedia Flash'.

Las posibilidades de esta herramienta permitió a muchos creadores generar todo tipo de contenido multimedia, desde animaciones en forma de dibujos animados hasta aplicaciones interactivas y videojuegos.

En aquel momento, tres licenciados en Bellas Artes comenzaron a explorar las múltiples posibilidades de este software. Uno de ellos era José María Martínez Burgos 'Hafo' (Vitoria, 1974) que, a partir de los 13 años, comenzó a pintar paisajes y retratos. "Hice exposiciones e, incluso, vendía algunos cuadros". Durante el bachillerato y por las noches, estuvo compaginando sus estudios en la Escuela de Artes y Oficio de Vitoria-Gasteiz y, con estos antecedentes, era lógico que el vitoriano decidiera estudiar Bellas Artes en la Universidad del País Vasco (UPV/EHU).

Además de su vertiente artística, 'Hafo' contaba con conocimientos sobre programación. Sus padres les compraron a él y a sus dos hermanos un Amstrad CPC 464, con el que empezó a hacer pequeños programas en lenguaje BASIC. No obstante, durante la carrera de Bellas Artes, el vitoriano no vio un ordenador ni en pintura, aunque continuaba interesado en la imagen digital "para utilizarla como inspiración, o como herramienta para pintar; nunca como fin".

Después de sus estudios universitarios, realizó un doctorado mediante el cual profundizó en su fascinación por unir el arte tradicional con el digital, y que se plasmó en la tesina 'Un análisis de los mapas cognitivos fundamentado en las relaciones entre el spot infográfico y la pintura'⁴.

3. Historia del software Adobe Flash en https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Flash#History [En línea] (Consulta: 18 febrero de 2016)

4. Acceso a la tesina 'Un análisis de los mapas cognitivos fundamentado en las relaciones entre el spot infográfico y la pintura'. <http://www.hafo.biz/tesis/tesinaHafo.pdf> [En línea] (Consulta: 18 de febrero de 2016)

'Hafo' explica que su interés le sobrevino a raíz de las últimas series de pintura que realizó. "Empecé a utilizar imágenes 3D, especialmente de spots publicitarios donde, a través de infografías, se explicaba el funcionamiento de un producto".

Aunque estaba muy centrado en la pintura, simultáneamente se fue interesando por el mundo de la animación, y empezó a hacer algunos vídeos en 3D y con la técnica de animación stop motion⁵. Al final terminó haciendo un curso de Animación y Multimedia en Isoft, en el que aprendió programas como 'Macromedia Director' y programación en lenguaje Lingo⁶. Fue en esta época cuando el artista vitoriano descubrió el software 'Adobe Flash'. "Me venía como anillo al dedo para hacer pequeños juegos y animaciones, siempre desde una perspectiva del mundo del arte".

Nace ti-ta.NET

Durante este proceso de aprendizaje, José María Martínez 'Hafo' se topó con dos antiguos compañeros de Bellas Artes, que compartían inquietudes similares en torno a Internet, el vídeo y la animación. Uno de ellos era Pernan Goñi (Oñati, 1968), que venía del mundo de la ilustración y de la animación. El otro compañero, Maren Iturburu (Bilbao, 1972), contaba con un perfil de diseñador. Los tres decidieron crear un grupo artístico en 2001 al que llamaron ti-ta.NET⁷.

"Era una plataforma para la divulgación, experimentación y difusión del arte interactivo", explica 'Hafo'. "El sistema del arte contemporáneo se caracteriza por ser un entorno un tanto cerrado y endogámico. Hacerse un hueco es complicado, es una carrera de fondo. Por esa razón, el espacio y los medios tradicionales de creación nos producían cierto rechazo. En ese momento, Internet aparecía como una tierra virgen donde ser totalmente libres a la hora de crear y experimentar".

5. Definición de stop motion según Wikipedia. https://es.wikipedia.org/wiki/Stop_motion [en línea] (Consulta: 18 de febrero de 2016)

6. Lingo es el lenguaje de programación que lleva incorporado Macromedia Director. Permite integrar con relativa facilidad texto, imágenes, sonidos y video digital.

7. Acceso a los trabajos de ti-ta.Net en <http://ti-ta.hafo.biz/> [en línea] (Consulta: 28 de febrero de 2016)

Bajo esta marca, los tres artistas elaboraron 37 trabajos en poco más de tres años, desde pequeños minijuegos y animaciones, hasta vídeos y performances en formato Flash. “Los hacíamos por amor al arte y sin enfoque comercial”, asegura el artista vitoriano, aunque reconoce que les hubiera gustado insertar aquellos contenidos en los grandes portales de Internet. “Sin embargo, todavía estaba muy reciente lo ocurrido con la burbuja de las puntocom⁸, y no mostraban ninguna disposición para adquirir nuevos contenidos”.

Entre los videojuegos más destacados están el ‘Aliens Attack’, una suerte de ‘Space Invaders’ (Taito, 1978); ‘Tu primer trabajo’, ‘Disparos en tita’ y ‘Tranvía chirene’. Para este último, los tres artistas vascos aprovecharon la inauguración del primer tramo del tranvía de Bilbao⁹ para crear un juego interactivo muy sencillo, donde un peatón tiene que atravesar la calle mientras esquiva los tranvías.

Pero el aspecto que más llamó la atención de los usuarios – especialmente entre los bilbaínos–, y por el que se convirtió en un fenómeno viral de Internet, era que, en caso de sufrir un atropello, se descubría que era el alcalde de Bilbao Iñaki Azkuna (Durango, 1943 – Bilbao, 2014) el quien conducía la unidad de tranvía. ‘Tranvía chirene’ obtuvo más de 50.000 visitas a las web de ti-ta.NET.

Si bien los trabajos de este grupo artístico no generaban grandes beneficios económicos para los tres socios, sí que contaban con reconocimiento dentro del ámbito artístico¹⁰. Este prestigio llamó

8. Más detalles sobre el estallido de la burbuja puntocom en https://es.wikipedia.org/wiki/Burbuja_punto_com [en línea] (Consulta: 18 de febrero de 2016)

9. La línea A del tranvía de Bilbao se inauguró el 18 de diciembre de 2002.

10. Diversos premios como Seleccionados en Gure artea 2002. Accesit en Certamen Audiovisual Injuve 2002 (Madrid), Accesit IX Concurso de Iniciativas Empresariales EMPRENDER EN BILBAO/LANGINTZA BILBON. Lanekintza. 2002 y Corto seleccionado en plus.es. Mayo 2002

la atención del centro de arte contemporáneo vasco Arteleku¹¹, en Donostia-San Sebastián, con el que comenzaron a trabajar conjuntamente. "Oficialmente fue nuestro primer cliente, y comenzamos haciéndole algunos productos interactivos, recorridos y pequeños juegos, bajo demanda", comenta 'Hafo'.

Animatu, el siguiente paso

A raíz de convertirse en proveedores de servicios para este centro de arte donostiarra, los tres artistas vascos decidieron dar el paso y profesionalizarse, "ya que ti-ta.NET no tenía ningún tipo de entidad o forma jurídica". El 22 de julio del año 2002 fundaron Animatu, una productora de contenidos multimedia.

Los primeros años fueron de transformación. Según 'Hafo', "veníamos de ser un grupo artístico, y nos convertimos en una empresa seria". En este sentido, se pueden encontrar productos muy experimentales como 'Ratología'¹², para el artista Garikoitz Fraga¹³. El socio y cofundador de Animatu detalla que "se trataba de una serie de test psicológicos en base al movimiento del puntero del ratón, y que servían para medir la personalidad".

La colaboración entre la productora bilbaína y Fraga continuó en el tiempo, convirtiéndose éste último en el compositor habitual de la música para las distintas animaciones y videojuegos. Además, Animatu se encargó de aportar contenido multimedia a la revista mensual en papel sobre tendencias creativas 'Eseté', que publicaba la editorial Amasté, y de la que era cofundador Garikoitz Fraga.

11. Hafo comenta que, en realidad, había una relación previa con Arteleku. "Sobre todo con Pernan Goñi, que se encargaba de hacer una especie de 'La mirilla' de los eventos del mundo artístico vasco".

12. Web de Ratologia.com [En línea] (Consulta: 19 de febrero de 2016)

13. Tras realizar estudios de Bellas Artes (UPV-EHU) y Música (Conservatorio Superior de Bilbao), Garikoitz Fraga funda en Bilbao en 2002, Belleza Infinita. Se trata de una asociación dedicada a organizar eventos, editar y distribuir publicaciones, propuestas de género inclasificable. Mas detalles en <http://www.euskomedia.org/aunamendi/76996> [En línea] (Consulta: 19 de febrero de 2016)

Otro de los proyectos dentro del espectro artístico de Animatu fue 'Deambular', para el que obtuvieron una beca de la Fundación La Caixa durante el año 2004. "Se trataba de un servicio de intercambio de archivos peer to peer (P2P) con interfaz gráfica de un mundo virtual isométrico, donde cada usuario creaba su parcela y compartía archivos con otros usuarios". Además, contaba con un chat para hablar.

En paralelo, continuaban haciendo otros trabajos para Arteleku, entre los que destacan la emisión en vídeo a través de Internet (streaming) de algunas actividades y conferencias del centro cultural donostiarra. No fueron pioneros en Euskadi dando este tipo de servicios¹⁴, pero sí en el uso de Flash para ofrecerlos.

El socio de Animatu explica que, en aquella época, había tres estándares de transmisión de vídeo online: Quicktime, Windows Media Player y Real Player. "Utilizar uno equivalía a dejar al resto fuera, por lo que utilizamos Flash que era compatible con todos los navegadores web". 'Hafo' recuerda que era "complicado" llevar a cabo este servicio debido a que, aunque había un servidor llamado Flash Communication Server, no tenía hosting en España. Así que tuvieron que contratarlo fuera. En este caso, utilizaban los servicios de una empresa de California llamada Influxis.

En Animatu siempre tuvieron vocación de llevar a cabo servicios en euskera, especialmente impulsados por Pernan Goñi. En 2004 elaboraron 'Oihutegia', un chat gráfico similar a 'Habbo'¹⁵ (Sulakke Corporation), pero ambientado en la Plaza Nueva de Bilbao, para que los usuarios pudieran comunicarse totalmente en euskera. 'Hafo' reconoce las similitudes existentes con 'Deambular', elaborado un año antes. "Muchas veces lo que hacíamos era desarrollar un producto y reutilizábamos su tecnología".

14. Gómez Rubio, Leire. "Análisis de contenidos y navegabilidad en las websites de las televisiones locales de la Comunidad Autónoma Vasca". La comunicación local por Internet (Humanitats). Universitat Jaume I. 2005 (Págs. 425-433)

15. Red social anteriormente conocida como 'Habbo Hotel', enfocada a jóvenes y adolescentes. Las salas de chat se presentan con formas de habitaciones de un hotel, en vista isométrica. El servicio fue lanzado en el mes de agosto del año 2000, y en 2012 el servicio contaba con 278 millones de avatares registrados y cinco millones de usuarios únicos al mes.

Dentro de esta vertiente euskaldún, en Animatu se sumaron al desarrollo de diverso material de merchandising y cobertura online de una franquicia dirigida al público infantil y juvenil de Euskadi, bajo el nombre de 'Mamutxak', basada en recopilaciones de la mitología vasca de José Miguel de Barandiarán y Ayerbe, (1889 Ataubuena, Euskadi-1991). El guipuzcoano Pernan Goñi fue director de estos proyectos.

Inicialmente elaboraron una colección de cromos que se imprimió y distribuyó en los quioscos de Euskadi en el año 2005. "La idea es que fuese un bombazo, del que se pudiera sacar¹⁶ todo tipo de mercadotecnia", asegura 'Hafo'. El propio Pernan Goñi añade que 'Mamutxak' también tuvo una vertiente teatral (teatro de calle), ideada por Kukubiltxo. "Era un proyecto muy ambicioso"¹⁷.

Posteriormente se elaboró una colección de cuentos en euskera e inglés de 'Mamutxak'¹⁸, y una serie de dibujos animados en formato flash, que se distribuyó en DVD de la mano de la editorial Baigorri. Ambas colecciones se vendieron conjuntamente con el suplemento del periódico Gara. "Pernan fue el autor de todos los dibujos, y animó casi todos los capítulos con ayuda de más gente que subcontratamos".

Por último, en Animatu decidieron llevar la franquicia 'Mamutxak' a los teléfonos móviles con el videojuego 'Mamutxen Eremua'. Dirigido a los adolescentes, el jugador controla al protagonista que tiene que encontrar y sacar fotos a los personajes mitológicos vascos Lamia, Basajaun, Sugaar y Ortzi.

La dificultad se centra en la habilidad del jugador por un lado, y por otra, en la comprensión y síntesis de la información que ofrecen los distintos personajes que ayudan al usuario. Se trata del primer videojuego en euskera para móviles, que se desarrolló en lenguaje

16. El vitoriano José María Martínez 'Hafo' asegura que no eran los líderes del proyecto 'Mamutxak', "nosotros solamente producíamos algunos contenidos".

17. Obra teatral dirigida por José Cámara, con música de Pablo Lasa y Bixente Martínez.

18. Pernan Goñi comenta que esta serie de cuentos para niños estaban escritos por varios autores vascos

J2ME¹⁹, y contó con ayudas económicas del Departamento de Cultura del Gobierno Vasco, dentro del plan de promoción del euskera en las nuevas tecnologías. Para descargárselo, había que enviar tres SMS con la palabra "Eremu", al número 7505.

Al mismo tiempo que en Animatu se estaba elaborando productos de 'Mamutxak', los encargos para terceros continuaban sucediéndose, y cada vez eran de mayor importancia. Por ejemplo, el Museo de la Ciencia Eureka!, (KutxaEspazio), solicitó a la desarrolladora bilbaína una serie de minijuegos "más serios", en euskera y castellano. Elaboraron trece, la mayoría del género de puzles, y preguntas y respuestas en torno a materias como la energía, la física y el reciclaje. Se instalaron en varios equipos informáticos situados en el interior del museo científico.

La ONG Anesvad también quiso contar con el buen hacer de Animatu para la elaboración de un videojuego de conciencia social en torno a su campaña contra la lepra. "Fue un desarrollo bastante gordo, y que nos llevó varios meses". "Se trataba de un juego en que había que emular la actividad de los voluntarios de Anesvad, y recrear todos los procesos que realizaban".

El protagonista del juego viaja por distintos países, cada uno con su ambientación particular, donde llevan a cabo los protocolos para detectar casos de lepra y, en caso de localizarlos, poner en marcha todos los recursos necesarios para combatirla. El videojuego también se centra en dar a conocer las labores de prevención, información y concienciación que, desde Anesvad, hacen sobre esta enfermedad infecciosa.

Con motivo del Día Mundial de la Lepra, 29 de enero, la ONG publicó dentro de su web el videojuego de Animatu, bajo el nombre 'El equipo contra la lepra'²⁰. "El objetivo era combinar la diversión y el entretenimiento con la educación y la sensibilización", asegura 'Hafo'.

19. Más detalles en https://es.wikipedia.org/wiki/Java_Micro_Edition [en línea] (Consulta: 19 de febrero de 2016)

20. "Un videojuego contra la lepra". ElMundo.es <http://www.elmundo.es/elmundo/2006/01/27/solidaridad/1138384806.html> [en línea] (Consulta: 19 de febrero de 2016)

Este advergame contó con una segunda versión, esta vez para teléfonos móviles. El planteamiento era el mismo, pero con una estética que recordaba al clásico 'The Legend of Zelda' (Nintendo, 1986). Este trabajo fue elaborado por el programador bilbaíno Josu Cobelo, que venía de hacer el juego 'Torrente 3' en el estudio madrileño Virtual Toys.

EL SALTO AL MÓVIL

Antes del desarrollo de productos para Arteleku, KutxaEspazio, Anesvad y la explotación comercial de la franquicia 'Mamutxak', en Animatu comenzaron a plantearse la posibilidad de abrir una nueva línea centrada en el desarrollo de aplicaciones y videojuegos para el mercado móvil. José María Martínez 'Hafo' recuerda que en aquellos años este negocio "estaba en pañales", y los juegos disponibles eran "muy sencillos".

No obstante, dentro de la empresa no contaban con ningún perfil específico que fuera capaz de programar estos juegos de manera rápida y eficaz. 'Hafo' había hecho un curso de Java, pero se veía limitado para abordar en solitario una aventura como la que tenían entre manos. "Decidimos buscar a alguien más capacitado, y eso, para una empresa de tres chavales como Animatu, era un movimiento arriesgado".

Pusieron varios anuncios y localizaron a un joven bilbaíno, Juan Herreros, que había estudiado en la Universidad de Deusto y que había hecho como proyecto de fin de carrera una aplicación en J2ME. "Después había estado haciendo prácticas en el área de Telefónica móviles (Movistar), específicamente, en el servicio de testeo de los juegos que subían a e-Mocion". "Fue un acierto contratarle", reconoce. Con el tiempo, Herreros terminó convirtiéndose en socio de la empresa, y en pieza clave en el desarrollo de la tecnología para el negocio móvil de Animatu.

El siguiente paso fue decidir qué juego tenían que hacer. "No teníamos dinero para hacer marketing, así que pensamos en unirnos a una marca conocida". Gracias a Pernan Goñi, contactaron con una empresa de Pamplona dedicada a diseñar camisetas con dibujos humorísticos: Kukuxumusu. "Ellos siempre trabajan con el modelo de licencia. Da

igual lo que hagas: calzoncillos, camisetas, llaveros o videojuegos. Ellos licencian la marca, y tú les das unos royalties”.

El primer videojuego para móviles de Animatu vio la luz en agosto de 2004, y era compatible con más de 200 modelos de terminales diferentes. Tenía por nombre ‘Kukuxumusu Farm’. El jugador controla una oveja, que tiene que ordeñar y dar de comer a las vacas. Si no se ordeñan o las ordeñas demasiado, mueren. Sin embargo, según avanza la partida puedes comprar más vacas u ordeñadores automáticos. El juego cuenta con mecánicas muy parecidas a las clásicas maquinitas ‘Game & Watch’ de Nintendo.

El juego estaba desarrollado en J2ME y en i-Mode²¹, y se descargaba enviando un SMS o a través del servicio e-Mocion. ‘Hafo’ destaca que ‘Kukuxumusu Farm’ obtuvo más de 100.000 descargas²², y se publicó a través de casi una docena de distribuidores y otros tantos idiomas²³. “Para una empresa pequeña como Animatu era un montón de dinero, a pesar de que, en aquellos años, el acuerdo entre productor y distribuidor era al 50%”.

Dentro de la línea de juegos en euskera en Animatu elaboraron otros siete títulos más. ‘Musgikorra’, un juego de mus para teléfonos móviles que permitía jugar online en la misma partida a un usuario con su terminal como a través de un PC; ‘Lorategia’; ‘Naturaleku: arrainak’; ‘Naturaleku: Onddoak’; ‘Naturaleku: Ugaztunak’; ‘Hitz-Mitz’, un cruce de palabras en euskera; y el videojuego gratuito ‘Brika’, un plataformas al estilo ‘Super Mario Bros’. (Nintendo, 1985).

En busca de financiación

El gran éxito de ‘Kukuxumusu Farm’ hizo ver a los tres socios de Animatu que tenían una línea de producto muy rentable. A esto se sumaba que

21. Tecnología japonesa que introdujo Telefónica en España, "pero que no llegó a cuajar", según comenta 'Hafo'.

22. "20.000 descargas en el primer mes", detalla el cofundador de Animatu.

23. AndinaTech, arenaMobile, Breakpoint, Jamba, Movistar Chile, Movistar Mexico, Movistar Spain, mSolutions, MTEL, O2, Proximus, SMSoinu, Telcogames, ZED, celander, Jump Games, Telstra, TIM Wireless, tracebit, Verity Tech y WooWorld.

Telefónica estaba contenta con el resultado obtenido, y comenzó a demandar más títulos a los vascos. “Tuvimos varias reuniones con ellos en las que nos preguntaron cuál era nuestra hoja de ruta de producción, para que pudieran plantear las promociones y el marketing de nuestro producto”.

Aunque todo había salido a pedir de boca, ‘Kukuxumusu Farm’ se había financiado únicamente con los ahorros de Goñi, Iturburu y Martínez. Si querían continuar en este lucrativo negocio, tenían que obtener financiación y funcionar como una empresa a pleno rendimiento. “No podíamos decir que íbamos a contratar cinco programadores más porque nos faltaba inversión. Además, habíamos aprendido a hacer juegos, pero no sabíamos gestionar una empresa”.

El primer paso era hacer un plan de negocio para presentarlo a inversores y que los fondos que pudieran captar sirvieran para contratar a gente y dar respuesta a la carga de trabajo que venía de Telefónica.

A lo largo de 2005, Animatu contactó con el Fondo de Capital Riesgo Elcano XXI y una entidad privada de Pamplona, gracias a la mediación de Kukuxumusu. Esta última mostró interés por el proyecto de los vizcaínos, pero una de las condiciones sine qua non pasaba por poner un administrador que se encargara de tomar las riendas financieras de la empresa bilbaína. La idea no gustó a los socios de Animatu, así que, finalmente, optaron por las cláusulas más flexibles de Elcano XXI y una aportación de 175.000 euros.

Pese a haber obtenido luz verde a la financiación, una serie de vicisitudes ajenas a Animatu hicieron que el fondo de capital riesgo entrara en junio de 2006. “Para entonces, la oportunidad que nos ofrecía Telefónica se nos había escapado de las manos”. Esto hizo que la productora vasca no pudiera seguir el ritmo que demandaba el mercado. Además, otras compañías como Genera o Microjocs, que habían comenzado al mismo tiempo que Animatu, les habían tomado la delantera. “Perdimos una buena oportunidad por ser incapaces de responder”, se lamenta ‘Hafo’.

Tras la entrada de Elcano XXI en Animatu, el socio fundador Pernan Goñi decidió buscar nuevas aventuras profesionales más allá de la compañía.

Vendiendo por todo el mundo

Entre mayo de 2005 y noviembre de 2008, la productora con sede en la capital vizcaína continuó haciendo videojuegos, fondos de pantalla y animaciones para móviles, la mayoría basados en los dibujos y personajes de Kukuxumusu²⁴; "que la gente pagaba por bajarse", destaca 'Hafo'.

Con Animatu a pleno rendimiento, se unieron nuevos participantes al mercado móvil: los distribuidores y agregadores de contenido. "Al principio teníamos un buen negocio. Llevábamos nuestros juegos a Telefónica y nos recibían con los brazos abiertos, porque en España no había prácticamente nadie que hiciera lo mismo que nosotros. En 2006, ya había más productores de juegos como nosotros y las operadoras comenzaron a poner intermediarios, para no tener que gestionar tantos proveedores".

Este cambio tubo una doble vertiente. Los videojuegos vascos podían llegar a cualquier mercado del mundo gracias a estos distribuidores, ya que negociar y gestionar con todos los operadores en cada uno de los países era un trabajo engorroso. "Además, tampoco teníamos la capacidad para hacerlo", comenta 'Hafo'. Esta vía les permitió llevar los juegos de Animatu a más de 40 países.

No obstante, aunque cada vez vendían mayor volumen de juegos, los ingresos eran menores. "Al incorporarse los intermediarios, aquellos acuerdos económicos en los que los beneficios se repartían a partes iguales se fueron diluyendo. "Algunos distribuidores, a su vez, distribuían a otros y, al final, aunque estabas vendiendo en Filipinas, sólo te llegaba un céntimo por venta. Muchas veces eras el último de una cadena, y ni sabías cuánta gente estaba de intermediario".

24. 'Kukuxumusu UF0' (mayo 2005), 'Kukuxumusu Way' (noviembre 2006), 'Kukuxumusu Cell', 'Kukuxumusu San Fermin' (julio 2007), 'Kukuxumusu Halloween' (octubre 2007), 'Kukuxumusu Water' (enero 2008) y 'Kukuxumusu Spider' (noviembre 2008).

“Sabíamos que cada vez teníamos menos ingresos, así que generamos una marca propia de videojuegos que nos permitiera no repartir tanto los beneficios”. De esta manera, solicitaron una ayuda al Programa europeo MEDIA al desarrollo de obras audiovisuales²⁵, entre ellas, los videojuegos, y registraron la marca Manga Games a nivel internacional.

Los juegos incluidos bajo el paraguas de Manga Games estaban dirigidos a dos nichos de mercado muy concretos, chicas adolescentes por un lado, y hombres y mujeres de entre 30 y 35 años de edad, por el otro. En Animatu potenciaron toda la parte visual del juego, para atraer al usuario ávido de buenos gráficos y coloridos, tal y como se reflejó en ‘Yakuza The Treasure’ (octubre 2007). “Le pusimos mucho esfuerzo, pero no nos dio los resultados que esperábamos”, reconocen.

A este título le siguieron otros tres que obtuvieron una suerte similar: ‘Manga Games & Watch’ (Noviembre 2007), un juego que tomaba prestada la jugabilidad y las ideas de cinco antiguas maquinitas de Nintendo; ‘Plankton’ (noviembre 2007), basado en el juguete ‘Waterful Ring Toss’ de la marca TOMY; y ‘Sensei’ (junio 2009), un ‘Brain Training’ (Nintendo, 2005) con preguntas y exámenes diarios, “que en esa época se estaban poniendo de moda”.

El mejor año de Animatu

El mejor año de Animatu fue, sin duda, 2007. La compañía contaba con un equipo de 13 personas, muy enfocados a la creación de videojuegos. “Estábamos dos jefes de proyecto, cinco o seis programadores, varios diseñadores, un community manager y un administrador”. Además, habían fortalecido la internacionalización de la empresa, con las contratación del británico Laurence Muiers, para el área comercial, gracias a un programa del ICEX.

Para entonces, la maquinaria de producción de videojuegos estaba “muy engrasada”. En Animatu había varios equipos, cada uno con un jefe, un programador y un ilustrador, que permitía desarrollar varios

25. Años antes habían conseguido el apoyo de MEDIA para la marca ‘Kukuxumusu mobile games’.

proyectos a la vez, e ir sacando títulos de manera constante. No obstante, esto no significaba que no hubiera complejidades.

La gran variedad de modelos y marcas de terminales móviles en el mercado obligaba a crear múltiples versiones del mismo juego, adaptadas a las características técnicas de cada dispositivo. 'Hafo' critica que "aunque se decía que utilizando el estándar de Java para móviles (J2ME) se programaba una vez, y que servía para cualquier terminal, eso era una gran mentira".

En Animatu generaban más de medio centenar de versiones de un mismo título, debido a que cada fabricante contaba con sus propios APIs²⁶ de sonido y vídeo, y los móviles tenían distintas resoluciones y tamaños de pantalla. Confiesan que "era una auténtica locura". A esto sumaba que algunos juegos no podían superar los 32Kb de memoria, para que se pudieran jugar en los terminales más básicos, que eran "los más populares, y los que más descargas suponían". "Había que hacer un esfuerzo extra para meter los juegos ahí".

Además, el mercado del móvil era muy volátil y evolucionaba a pasos agigantados. El mercado se había concentrado y estaba en manos de empresas norteamericanas. "Es el caso de la Finlandesa Sumea, absorbida por los fondos americanos que crearon Digital Chocolate. Ésta, junto a la francesa Gameloft, y a las americanas EA y GLU, lideran el mercado a nivel mundial", explicaba Maren Iturburu en una entrevista a la revista MEDIA²⁷.

A nivel local, el entramado de pequeñas empresas continuaba atomizado, con fuerza a nivel local y buscando tener presencia a nivel internacional. Iturburu destacaba lo complicado que era hacer frente a las grandes licencias y las potentes campañas de marketing de las cuatro grandes productoras de juegos del momento. No obstante, aseguraba que el mercado de juegos para móviles "seguía aumentando".

26. Biblioteca de rutinas, funciones y procedimientos y programación que puede ser utilizado por otro software.

27. Maren Iturburu, director de proyectos de Animatu: "Estar apoyados por el Programa MEDIA es símbolo de garantía de producto". Revista de información de Media de la UE. Pág. 17. (Septiembre 2008)

“El futuro es arriesgado, pero con grandes posibilidades, ya que el mercado de juegos para móviles está en continua evolución”, decía el socio de Animatu.

Estos cambios se reflejaban cada seis meses, con la salida de terminales nuevos, con mejores resoluciones y capacidades, lo que obligaba a Animatu a estar en constante adaptación. Para ello, contaban con un pequeño equipo de Investigación y Desarrollo (I+D), dirigido por el programador jefe, Juan Herreros. Su objetivo era elaborar y mejorar un entorno de desarrollo que les permitiera producir rápidamente los juegos, y que les facilitase las labores de testeo y conversión a los cientos de tipos y modelos de móviles. El software se llamaba MoviPro, y contaba con una base de datos de todos los terminales móviles, divididos en diferentes carpetas y ordenados por resoluciones de pantalla. Tomando los gráficos y los sonidos de una carpeta común, la herramienta era capaz de generar automáticamente los archivos finales, en formato JAR²⁸, específicos para cada modelos de teléfono móvil.

MoviPro llevó más de dos años de desarrollo “con un coste en I+D en torno a los 143.000 euros”, tal y como especifica el socio vitoriano, José María Martínez ‘Hafo’. También recibió varias ayudas económicas gracias a los programas Innotek y Gaitek²⁹, de la SPRI. “Sin esta herramienta, Animatu no podría haberse mantenido en el mercado de los juegos y aplicaciones móviles”, admiten.

A las dificultades de desarrollo y distribución, se añadía el sistema artesanal que la productora bilbaína tenía para probar sus juegos antes de que salieran al mercado. Mientras que en los terminales más modernos se podían instalar los juegos vía Bluetooth³⁰, para los de

28. Un archivo JAR (por sus siglas en inglés, Java ARchive) es un tipo de archivo que permite ejecutar aplicaciones escritas en el lenguaje Java.

29. Ayudas destinadas al desarrollo tecnológico e innovación, y al apoyo para la realización de proyectos de desarrollo de nuevos productos y proyectos de lanzamiento de nuevas empresas de base científica y tecnológica. Se enmarcan dentro de la Agencia vasca al desarrollo empresarial SPRI, del Gobierno Vasco.

30. Sistema inalámbrico que posibilita la transmisión de voz y datos entre diferentes dispositivos mediante un enlace por radiofrecuencia.

gama baja, "había que colgar el fichero en un servidor, y descargártelo navegando por WAP³¹. Esto hacía que el proceso fuera muy lento".

En Animatu llegaron a tener más de 100 móviles diferentes. "Si queríamos distribuir en Holanda o en el Reino Unido, teníamos que conocer cuáles eran los [teléfonos móviles] más populares y traerlos". Hafo recuerda haberlos comprado a través de reconocidas páginas de subastas en Internet "para poder testear nuestros juegos, y que se distribuyeran en Rusia".

Sobreviviendo a los videojuegos

Los buenos resultados de 2007 auguraban a Animatu la continuidad de un negocio muy rentable. Nada más lejos de la realidad. El mercado de los videojuegos para teléfonos móviles era cada vez más inestable, especialmente para las pequeñas empresas con márgenes de beneficio estrechos, frente a las posiciones maximalistas de las grandes productoras.

"Había que valorar otras alternativas", comenta José María Martínez 'Hafo', y la elección pasó por abrir una nueva línea de negocio: desarrollar advergames³². "En España no había gente que hiciera marketing móvil ni advergames, comenzaron a llamarnos agencias de marketing y algún cliente, así que nos metimos de lleno".

Uno de los primeros trabajos que hicieron, dentro de esta nueva línea de negocio, se desarrolló para la marca de whisky Cutty Shark. Personalizaron un 'Pac-Man' (Namco, 1982) que se distribuía mediante emisores infrarrojos instalados en las discotecas.

Poco a poco, este tipo de encargos fueron llegando a las oficinas de Animatu, como el de la agencia de publicidad Genetsis. Se trataba de un juego para móviles que se integraba dentro de una campaña

31. Protocolo de aplicaciones inalámbricas (siglas WAP en inglés) que permiten el acceso a servicios de Internet desde un teléfono móvil.

32. Videojuegos creados con el fin de promocionar un producto, una organización o una idea.

de promoción del producto 'Paté de Atún Claro' de la distribuidora alimentaria Calvo. En este título, el jugador manejaba un submarino amarillo que tenía que capturar atunes con un gancho, mientras esquivaba medusas, a lo largo de 20 niveles distribuidos en cinco escenarios diferentes. El proyecto tuvo un coste de 3.000 euros más IVA, y su elaboración duró un mes.

Por otro lado, la iniciativa Pantallas Amigas³³ solicitó a Animatu dos serious games. Con 'SecuKid', buscaban que los jóvenes tomaran conciencia sobre los peligros del software malicioso (virus, gusanos y troyanos, spyware); mientras que con 'Datu pribatu', se hacía hincapié en el uso de los datos personales, las imágenes y la privacidad online.

El centro de ocio y cultura bilbaíno Azkuna Zentroa (antigua Alhóndiga Bilbao), también se apuntó a la moda de los advergames. Con motivo de su inauguración, en mayo de 2010, Animatu elaboró 'lhoku', un título de mecánicas muy similares a los juegos del fontanero Mario Bros, y que servía como excusa para conocer los distintos espacios del nuevo centro cultural de Bilbao.

'Hafo' detalla que la mayoría de estos advergames "estaban desarrollados en J2ME, en un plazo máximo de 60 días, y con presupuestos que iban desde los 3.000 hasta los 9.000 euros".

Estos videojuegos serían los últimos que harían en la compañía, debido a que a finales de 2008 "estábamos financieramente ahogados, y los videojuegos ya no nos daban el dinero suficiente como para continuar". Para intentar mantener con vida la empresa, pusieron en marcha una segunda ronda de financiación. "Los resultados que presentábamos a los inversores no eran buenos, y ellos querían que la empresa saliera adelante, y que exploráramos otras vías".

33. Iniciativa que tiene como misión la promoción del uso seguro y saludable de las nuevas tecnologías y el fomento de la ciudadanía digital responsable en la infancia y la adolescencia. Más información en <http://www.pantallasamigas.net/> [En línea] (Consulta: 20 de febrero de 2016)

Animatu encontró al Fondo de Capital Riesgo Seed Capital³⁴ como nuevo compañero de viaje, que apoyó a la firma bilbaína con un préstamo de 67.500 euros convertible en capital³⁵. El objetivo estaba claro: poner el foco en el marketing móvil. La aportación económica permitió abordar diferentes productos y servicios para Lagun Aro (portal de información móvil), Sanitas (aplicación), Museo Guggenheim Bilbao (aplicación, web móvil y sistema de alertas), REPSOL YPF (aplicación y contenidos multimedia)

También elaboraron aplicaciones interactivas para administraciones e instituciones locales vascas (Ayuntamiento de Bilbao, Diputación Foral de Bizkaia, Lan Ekintza) y entidades privadas como IAB (Interactive Advertising Bureau), Caja Madrid, OME, el centro de arte CAB de Burgos y Páginas Amarillas.

EL PRINCIPIO DEL FIN

El socio-fundador de Animatu José María Martínez 'Hafo' recuerda el 29 de junio de 2007 como el día que lo cambió todo. El iPhone de Apple había salido a la venta en Estados Unidos, así como en algunos países europeos, lo que supuso una revolución en el mercado de la telefonía móvil. "Creo que fue por la experiencia de usuario con la pantalla táctil. Aunque los teléfonos de Nokia, y algunos modelos de la marca TSM ya lo eran, pero había que utilizar un stylus".

Otro de los cambios fue la irrupción de la tienda de aplicaciones de Apple, en junio de 2010. "Sinceramente no era nada nuevo para los usuarios", afirma 'Hafo' ya que, la operadora Nokia había sido pionera

34. Seed Capital de Bizkaia es una sociedad foral, adscrita al Departamento de Promoción Económica de la Diputación Foral de Bizkaia. Se constituyó a finales de 1989, al amparo del Programa Comunitario de Promoción de Fondos de Seed Capital en Europa, con el fin de financiar el desarrollo de proyectos empresariales innovadores, en su fase de puesta en marcha.

35. Saenz, Gontzal. "Seed Capital Bizkaia entra en el capital de nueve empresas tras invertir 1,7 millones". Estrategia Empresarial. Pág. 25 (Publicado: 16 - 28 de Febrero de 2009)

con OVI³⁶. Sin embargo, para los desarrolladores suponía un cambio radical, ya que el reparto de beneficios era del 70% para el creador y 30% para Apple, frente al 50% o menos de otros servicios similares. “Nos parecía que las condiciones eran las mejores que habíamos tenido nunca”, asegura.

Sin embargo, el cambio de paradigma que trajo el iPhone cogió desprevenida a la desarrolladora bilbaína. Los clientes comenzaron a demandar productos y servicios para iOS³⁷, y Animatu se veía con dificultades para dar el salto tecnológico de manera solvente de Java al sistema Apple. Aun así, la compañía hizo pequeñas aplicaciones para los teléfonos de la manzana, como un lector de RSS y un felicitador navideño “que tuvo bastante éxito durante las Navidades de 2008”.

Esta metamorfosis también llegó al negocio del marketing móvil. “En poco menos de seis meses, se pasó de estar evangelizando sobre el marketing móvil, a que todo el mundo demandase servicios, especialmente para iPhone y Android”. Una circunstancia que colocó a Animatu “entre dos aguas”, tal y como califica ‘Hafo’, a la que no pudieron dar respuesta.

A mediados del años 2009, con Animatu en plena caída libre, el también socio-fundador Maren Iturburu decidió abandonar la compañía, y convertirse en director general de la agencia de publicidad Arista, en Bilbao. “Maren tenía un perfil de gestor y le hicieron una oferta que no pudo rechazar”, admite ‘Hafo’.

Ante la falta de adaptación y el cansancio personal de ‘Hafo’ al frente de Animatu “para que la empresa siguiera hacia adelante”, el pintor vitoriano decidió poner punto y final a la compañía. “Todavía quedaba dinero para aguantar, pero les propuse a los inversores cerrar y les pareció bien. Ellos recuperaron algo, muy poquito, pero pudimos hacer un cierre ordenado, pagando indemnizaciones a los trabajadores”.

36. Nokia Store (anteriormente Ovi Store) se lanzó oficialmente en mayo de 2009. Se trataba de la tienda de aplicaciones para los dispositivos marca Nokia con S40, Symbian, MeeGo, Asha Platform y Nokia X Software Platform.

37. iOS es un sistema operativo móvil de la multinacional Apple.

Pese a que la persiana de Animatu ya estaba bajada, el estudio bilbaíno fue capaz de sacar un videojuego póstumo, gracias al tesón del diseñador de juego bilbaíno Mikel Calvo³⁸ (Barakaldo, 1985), que contó con los gráficos elaborados por Natxo Gorostizaga, que trabajaba como administrativo de Animatu. 'Aizkolari', publicado para iPhone en mayo de 2010, bebía de los clásicos juegos musicales japoneses de los que Calvo es gran aficionado. El usuario controla a un aizkolari³⁹ que tiene que cortar el tronco con su hacha al ritmo que le va marcando el juego.

En la actualidad, José María Martínez 'Hafo' es responsable de comunicación y marketing en WiMi5, una spin off de Tecnalía, responsable de un editor online en HTML5 de videojuegos. Además, coordina el festival internacional de videojuegos independientes AZPlay, anteriormente conocido como hÓPlay. También ha sido socio-cofundador de DADA Company, de abril de 2011 hasta marzo de 2013.

38. Game designer bilbaíno. Comenzó su andadura profesional en Animatu. Tras su cierre paso a formar parte de la empresa bilbaína Ideateca. En 2012, fundó Pulsar Concept junto a varios compañeros de Ideateca. Actualmente desarrollan aplicaciones de Realidad Virtual para el ámbito de la formación de riesgos laborales y situaciones de emergencia.

39. Cortador de troncos.

Proiektuaren zuzendaritza
/ Dirección del proyecto:
Tabakalera

Edizioa / Edición:
Tabakalera

Jatorrizko testua
gaztelaniaz / Texto original
en castellano:
Julen Zaballa

Itzulpena / Traducción:
maramara* taldea

Diseinua eta maketazioa /
Diseño y maquetación:
Maite Zabaleta

Azaleko eta atzeko azalaren
Irudia / Imagen de portada y
contraportada:
Animatu

Eskerrak / Agradecimientos:
**Gure esker ona agertu nahi diogu José María
Martínez Burgos 'Hafo'-ri atal hau osatzeko
eskaini zigun elkarrizketagatik, baita Pernan
Goñi, Maren Iturburu, Mikel Calvo eta
Gontzal Sáezi ere.**

Nuestro agradecimiento especial a José
María Martínez Burgos 'Hafo', entrevistado
para completar este capítulo, así como a
Pernan Goñi, Maren Iturburu, Mikel Calvo y
Gontzal Sáez.

