

BANATZAILEAK,
JOKOEN
ERAKUSLEIHO
BEHARREZKOA

LAS
DISTRIBUIDORAS,
EL ESCAPARATE
NECESARIO DE
LOS JUEGOS



BANATZAILEAK, JOKOEN ERAKUSLEIHO BEHARREZKOA

1980ko eta 1990eko hamarkadetan, bideojoko bat modu eta epe onargarri samarretan egiteko, gutxienez bi lagunez osatutako talde garatzailea behar zen: programatzailea eta grafikogilea. Noski, ez dugu ukatuko jende bat lan hori guztia bakarrik egiteko gauza zenik.

ZX Spectrum, MSX edo Amstrad CPC bat edukitzeaz, programazio-lengoaiak goitik behera menderatzeaz edo makina-kodeko errutinak edukitzeaz gain, garapenean nahitaez eduki behar zena grina zen. Bada, osagai horiek guztiak barne-biltzen zituzten euskal programatzaileek eta grafikogileek. Edonola ere, bideojokoan garapen-katean bada kate-begi bat funtsezkoa dena. Eta funtsezkoa izan arren, Euskadin ezezaguna dena. Hala ere, aipatutako elementu hori funtsezkoa izan da Euskadin eginiko bideojokoak denda espezializatuetako eta El Corte Ingleseko apalategietara iristeko: banatzaileak¹.

Egiteko nagusia beren lantaldeak, hirugarrenen edo *freelance*-ek egindako jokoak jaso, eta marketineko estrategia prestatzea da, balizko eroslearen begietara erakargarri gerta daitezela. Egiteko horiez gain, merkatuetan banatzeko akordioak lortzeaz arduratu behar da, hala nola aldizkari espezializatuetara bideratutako publizitateaz, komunikabideekin harremanetan egoteaz, etab., joko batek lehiakideak gaindi ditzan.

Espainiako softwarearen urrezko aro deitu denaren garaian, merkaturan banatzaile askotxok ziharduen; esaterako, Dinamic Software, ERBE, Topo Soft, System 4, Opera Soft, Zigurat, Dro Soft, etab. Txikiagoak ez ditugu aipatuko. Horietako asko, hasieran, garatzaile-talde txikiak besterik ez ziren, jokoak posta arruntaz saltzen zituztenak. Hala ere, bideojokoan eskariak gora eta gora egin zuenez, talde horiek hazi egin behar izan zuten.

1. Garatutako bideojokoak banatzen dituen enpresa, berak zuzenean edo hirugarren enpresa baten bidez. Normalean, bideojokoan banatzaileak bere gain hartzen ditu editorearen eginkizunak. Hala bada, bideojokoak argitaratu eta merkaturatzeaz arduratzen da, baita merkatu-ikerketak eta publizitatea egiteaz ere. Batzuetan, garapen-lanak finantzatu izan dituzte.

Euskal bideojokoen kasuan, 1980ko eta 1990eko hamarkadetan banaketa sistema sortzeko ahalegin ñimiño bat baizik ez dugu topatu, tokiko maila gainditu ez zuena. 'Superbuggie' izena zuen jokoak eta Zeus Softwareko mutilek beraiek saltzen zuten Donostiako azokan. Pasadizoak pasadizo, euskal talde guztiek Espainiako banatzaileen atea jotzea erabaki zuten. Horiek ziren astez aste *MicroHobby* aldizkarian eta antzekoetan iragarkiak jartzen zituztenak, programatzaileak edo beren katalogoetarako bideojokoak behar zituztela iragarritz.

1985 eta 1995 urteen artean egindako euskal bideojokoak, nagusiki, Dinamic Software, Zigurat, Opera Soft, Idealogic, System 4 eta Topo Soft etxeek banatu zituzten.

Zeus eta Dinamic, hezur eta mami

Zeus Software aipatzea Dinamic Software esatea da. Izan ere, donostiarrek bideojokoak garatzen emandako zortzi urteetan -'Hundra' jokotik 'Energy' proiektura- handia izan zen Pablo, Nacho eta Victor Ruiz anaiek sortutako enpresarekiko lotura². Enpresa hori bere jokoak saltzen hasi zen, egoitza gurasoen etxeko ganbara zuela³, harik eta Espainiako bideojokoaren industriako enpresa garrantzitsuenetako bat bihurtu zen arte. Egun ere negozioan dihardu, FX Interactive izenarekin.

Ruiz anaiak erreferente bihurtu ziren aurreneko lanekin, 'Yength' (1984), 'Saimazoom' (1984), 'Babaliba' (1984) eta 'Abu Simbel Profanation' (1985) haiekin. Etxean bideojokoak programatzen hasi berriak ziren gaztetxo askok amesten zuen horrekin. "Jende askok bidaltzen zizkigun beren jokoak, gutun-azalean kasetea sartuta, Dinamic Mansiora⁴, argitaratuko genienaren itxaropenarekin edo jokoak garatzen zituen taldean sartzeko asmoz", ekarri du gogora Victor Ruizek.

2. Pablo negozioaren administrazio-lanez arduratzen zen, Victor ekoizpenaz eta Nacho atal grafikoa gainbegiratzear.

3. Boadilla del Monten zegoen etxea, Madril inguruetan. "Dinamic mansioa" esaten zioten.

4. "Gurasoen etxeko ganbaran genuen egoitza. Handia zen, egongela modukoa, hiru idazmahai sar zitezkeena, eta sofa batentzat eta aulkientzat ere tokia zuena", dio Ruizek.

Jaso zuten jokoetako bat 'Rocky' izan zen, Alvaro Mateos programatzaileak garatu zuena. "Alvarok 'Punch-Out!!' boxeo-jokoaren oso antzekoa zen joko bidali zigun⁵, jokalaria boxeolariaren bizkarrean kokatzen zuena". Joko hura "Dinamic-ek hirugarrenen produkzioan emandako lehen urratsa izan zen", Jaime Estevek bere 'Ocho quilates' liburuan jasotakoaren arabera.

Ruizek gogoan du jatorrizko grafikoak erabat aldatu zizkiotela jokoari "erdipurdikoak zirelako". "Erraz" aldatu zituzten, *tile*⁶ "oso handiz" osatuta zeudelako. Kontsultatutako iturrien arabera, mota horretako aldaketak Dinamic-en eguneroko ogia ziren, Ruiz anaiei iritsitako jokoetan ohikoak ziren eta. "Jokoak ekoiztean, ikuspuntu artistikotik zer hobetu zitekeen aipatu ohi genuen", zehaztu du Madrilgo banaketa-enpresaren ekoizleak.

Mateosen joko ez dugu besterik gabe aipatu; izan ere, atzerrian banatutako lehen bideojokoa izan zen, Dinamic-ekoa ez zen talde batek egindakoen artean. Nacho eta Victor Ruizek egindako 'Abu Simbel Profanation' jokoarekin batera banatu zuten. Nazioartera hedatzeko Ruiz anaiek Gremlin Graphicsekin akordio bat sinatu zuten⁷. Edonola ere, Mateosen jokoak izena aldatu behar izan zuen, John G. Avildsenek zuzendutako eta Sylvester Stallone protagonista zuen 1976ko filmaren "egile-eskubideekin arazorik ez edukitzeko, badakizu". Azkenean, 'Rocco' deitu zioten.

Jokoak kostata lortu zuen lekua egitea Ingalaterrako dendetan, parean beste bi boxeo-joko egokitu baitzitzaizkion: 'Frank Bruno's Boxing' -orduko salmenten rankingeko lehena- eta 'Knockout!'. Dena dela, *El País Semanal* aldizkarian 1987an argitaratutako erreportaje baten arabera, Dinamic-en jokoak salduenen bigarren postura iritsi zen.

5. Nintendoren boxeo-frankizia. Jolas-makinarako lehen jokoak 1984an etorri zen. Ospea hiru urte geroago iritsi zitzaion, NES kontsolarako irten zenean.

6. *Tile* bat bideojoko baten zati grafikoa da, multzoan jarrita, *tiles*et, atzealdea betetzeko erabili daitekeena. Wikipedia. Página consultada el 02 de junio de 2014

7. Gremlin Graphics izan zen Dinamic-ek merkatu ingelesera jauzi egiteko bigarren bidelaguna, Silversoftekin huts egin eta gero.

Ruiz anaien banaketa-enpresak jauzi kualitatibo handia eman zuen Boadilla del Monteko ganbaratik Madrilgo Espainia Plazako Madril Dorreetarako bulegoetara aldatu zenean. Kokagune aldaketak lan-metodologia aldatzea ekarri zuen, erabateko profesionaltasunera igaro baitziren. Izan ere, egoitza berriaren gastuek hileroko-hileroko diru-sarrerak izatera behartzen zituztela ohartu ziren. Irtenbide bat behar zutenez, beraiek egin ez zituzten jokoak ekoizti eta banatzeario ekin zioten, Dinamic Mansioan metatutako esperientziari balioa emanez.

Negozio-ildo horretan egin zuten bat Donostiako Zeus Softwarerekin, 'Hundra' bideojokoa zela kausa. "Neronek jasotzen nituen jokoak eta, etorkizuna ikusten banien eta kalitate nahikoa bazuten, telefonoz hots egiten nien garatzaileei", kontatu du Victor Ruizek. "Hortik aurrera hasten ziren hobekuntzarako ekoizpen artistikoa eta probak. Gainera, jokoa plataforma bakar baterako baliagarria bazen, bestelako bertsioak kudeatzeaz arduratzen nintzen, barne-taldearen bidez edo beste programatzaile batzuk azpikontratatu".

Dinamic-en arduren artean zegoen, halaber, amaierako produktuari bilgarri erakargarria ematea. Hala, Zeus Softwareren ia joko guztien azalen egilea Luis Royo izan zen. Royo hautatu zuten Azpiri klasikoaren ordean, azken hori "garestiagoa" zelako. "Azpiriren marrazkiak jatorrizkoak ziren, Luis Royorekin, berriz, erabiltzeko lizentzia besterik ez zenuen ordaintzen". Gainera, "Dinamic xehetasunak" hartu behar ziren kontuan, bideojokoen promozioa egitean. "Lelo gogoraerazak" edota programatzean lorturiko ikusizko efektuei emandako izen bitxiak marka-bereizgarri bihurtu ziren. Esaterako, "FX Synchrosprites", Zeus Softwareren jokoak iragartzeko erabiltzen zutena. "Produktuei ezaugarri bereizleak erantsi nahi izaten genizkien beti", azaldu du Ruizek.

Jokoa salgai jartzeko prest zegoenean, Ruiz anaiek royaltiak negoziatzen zituzten programatzaileekin. "% 10 eta % 15 artean. Denborarekin aldatu egin zen, ordea; salmentak eta marketineko gastuak gorabehera". "Batuetan -dio Victorrek-, kontratu mailakatuak sinatu genituen; royaltien ehunekoa aldatu egiten zen salmenta-kopuruaren arabera".

Publizitateak garrantzi handia zuen jokoen salmenta handitzeko. Dinamic-ek ondo zekien hori, orduko banaketa-enpresek bezala. Ruiz anaien politika bi modukoa zen, barne-taldeak garatutako jokoa izan ala ez arabera. Orduko Espainiako bi aldizkari espezializatu nagusiak aztertuta, *MicroHobby* eta *Micromanía*, Dinamic-en lanek koloretako orrialde osoak hartzen zituztela ohartuko gara. Bi orrialde ere hartu izan zituzten zenbaitetan. Aldiz, hirugarrenek egindako jokoen kasuan -euskal taldearenak, kasu-, Dinamic-ek publizitaterako orrialde osoa kontratatzen zuen, baina, gutxienez, bi joko iragartzeko baliatzen zuten.

Estrategia bera zuten produktuak lehenengoz merkaturatzean ere. Dinamic-en jokoak bakarrik ateratzen ziren merkatura. Besteak, aldiz, sortaka argitaratzen zituzten. Horren adibide da 'Hundra', Errioxako Gamesoftekoen 'Turbo Girl' jokoarekin batera merkaturatu baitzen.

Bidean aurrera egin eta egin, eta 1991era iritsiko gara, industriaren une gailenetako batera: 'Risky Woods' ondu zuen Zeus Softwarek, bideojokoen kotsola baterako Espainian eginiko lehen jokia. Sega Mega Driverako prestatzeko ideia Dinamic-en sortu zen arren, Victor Ruizek gogoan du "ezinbestekoa izan zela Electronic Artseko zuzendari nagusi Mark Lewis⁸ proiektuan inplikatzeari" helburua betetzeko. Enpresa bien arteko harremana ona zen, urtebete lehenago 'Navy Moves' jokoaren banaketa partekatu zutelako. Gainerakoa, iragana da.

Zigurat eta oihaneko gerlaria

Saltokietara iritsi ziren *made in Basque Country* joko gehiago aipatzearren, ezin gara 'Jungle Warrior' lanarekin ahaztu. True Softwarek ondu zuen, alegia, Iñigo Ayo eta Igor Ruiz "Konstandin" bizkaitarrek. Jokoa nork banatuko zien bila ari zirela, besteak beste, 'Fred', 'Sir Fred', 'El Misterio del Nilo', 'Humphrey' edo 'Paris-Dakar' jokoen arduraduna zen Zigurat/Made in Spain enpresarengana jo zuten.

8. Egun, Take-Two Interactive Software banaketa-enpresa estatubatuarren zuzendaria da, besteak beste, *Grand Theft Auto* eta *BioShock* frankiziez arduratzen dena.

Ziguraten bazkide eta garapen-buru Fernando Radak RetroMadrid 2014an adierazi zuen 'Jungle Warrior' izan zela ekoiztera eta banatzera animatu ziren hirugarrenen jokoetako bat. "Ondo genekien zein zaila gertatu zitzaigun gure ideiak eta jokoak merkaturatzea eta bidegabea iruditzen zitzaigun jendea jokoak merkaturatu ezinik geratzea". "Bagenekien jokoak ondu, eta ondu eta gero jokoarekin zer egin ez zekitela zeudela asko eta asko. Orduan, ohartu ginen nahikoa eskarmentu bagenuela produktu horiek merkaturatzeko eta produkzio-lanak gauzatzeko".

Baina bazen beste arrazoi bat banaketa-esparruan jarduten hasteko: "handiagotu egiten gintuen", onartzen du Zigureteko kideak. "Hartu kontuan aski geldoak ginela jokoak garatzen. Talde txikia ginen, urtean bizpahiru joko argitaratzen zituen". "Horrenbestez, markaren ikusgarritasunari eta aldizkarietako publizitatea kudeatzeari dagokionez -azaldu du-, askoz ere itxura hobea ematen genuen joko sorta handiagoa iragarritz".

Radak dioenez, konpainiak "jokoak behar zituen eta beraiek [estudio garatzaileek] gu behar gintuzten, hurbilekoak ginelako eta beren jokoak amaitzen laguntzea eta berme askirekin merkaturatzea eskaintzen genielako".

Esaterako, 'Jungle Warrior'. Iñigo Ayo sopolarrari ZX Spectrumerako, Amstrad CPCrako eta MSXrako bertsiok prestatzea eskatu ziotenean, Amstradik ez zuela erantzun zien. "Ez dago arazorik. Bidaliko dizugu guk. Amaitu lana, itzuli ordenagailua, eta kito", erantzun zioten.

Ordura arte harremanik batere ez zuen Iñigo Ayok Zigureteko kideekin. Bere lankide Igor Ruiz grafikogilea arduratu zen ordura arte True Softwareren⁹ eta Ziguraten arteko harremanaz. Elkarren arteko ezezagutza ez zen arazo izan Zigureteko taldearentzat Ayo 'Jungle Warrior' jokoaren masterrak amaitzera Cardenal Herrera Oria hiribideko 163.ean kokatutako bulegoetara joan zenean.

9. True Software izena erabiltzen zuten Iñigo Ayok eta Igor Ruiz "Konstandin"ek batera egindako lanetan.

“Halako batean, joko nahikoa garatuta genuenean, amaierako kopia prestatu besterik ez zen egin behar. Egun pare bateko kontua behar zuen”, dio Ayok. Bizkaitarrak, ordea, zazpi behar izan zituen. “Astebetzez piper egin nuen LHko laugarren mailan¹⁰, 19 urte nituela”, gogoratu du. Fintze-lanak egitekoak eta behin betiko kopia zuzen uztekoak izan ziren lan haiek. “Gutxieneko kalitatearekin amaituta egon zedin eman genion laguntza”, dio Radak.

Hala bada, azkenean, 1990eko apirilean, ‘Jungle Warrior’ dendetara iritsi zen.

Opera, euskal softwarearen abagunea

Opera Soft izan zen Euskadin eginiko jokoak Espainia osoko dendetara eta atzerriko merkatu batzuetara iristea ahalbidetu zuen Espainiako beste banaketa-enpresa handietako bat.

Operako jokoaren sorkuntza saileko buru Jose Antonio Moralesek (Loja, 1959) gogoan du enpresaren hasierako urteetan beren jokoak baizik ez zituztela saltzen. Gainerako banaketa-enpresei bezala, beraiei ere jokoak iristen zitzaizkien bulegora, baina ez zieten jaramonik egiten.

Moralesek dioenez, Operak irizpide honi heltzen zion: profesional batek bere jokoak ekartzen bazuen, “enpresako langile bihurtzen zen edo bere lana ez zen argitaratzen”. Banaketa-enpresaren irizpidearen adibide argia da Paco Menendez: Made in Spain-etik iritsi zen, ‘La Abadía del Crimen’ besapean zekarrela.

Opera enpresaren eta euskaldunen arteko harremana 1980ko hamarkadaren amaiera aldera hasi zen, Igor Ruiz grafikogilea Operako metro-irteeratik gertu zegoen Operakoen txaletera iritsi zenean. Metro-irteerak eman zion izena enpresari, jakina. “Irudimen eskasa gurea”, dio Moralesek barrezka.

10. LHko laugarren maila hura, ziur aski, Elektronikako LHko Goi-mailako bigarren maila da.

Load": *Euskal Bideojokoaren Historia* liburuaren 2. atalean genioen bezala, grafikogile bilbotarrak Operan sartzea lortu zuen *MicroHobby* aldizkariaren Diseinu Grafikoko Lehiaketaren IV. edizioan bigarren saria irabazita. Moralesek gogoan du "euskal azentua zuen" morroi batekin hitz egin zuela. "Grafikogilea zela esan zidan eta Madrilera etortzeko esan nion, Operaren taldean sartzeko".

"Zatoz, ea leku bat egiten dizugun hemen", esan zion Moralesek. Lotsarik batere gabe, Ruizek hala erantzun zion: "Baina jende normala zarete, ezta?"

"Normala? Zer esan nahi duzu?", erantzun, Operako sortzaileak. Eta bilbotarrak: "Lanean gorbatarik gabe aritzen zarete, ala?"

"Aizu, bideojokoak egiten ditugun jendea gara, nolakoak garela uste duzu, bada?", esan zion azkenean Jose Antonio Moralesek.

Horretan geratu zen pasadizoa, harik eta bilbotarra Opera Soften bulegoetara iritsi zen arte. "Egun hartan bankura joatekoak ginen, zerbait sinatzera-edo"¹¹. Gure zuzendari Pedro Ruizek jaka eta gorbata jantzi zituen, baita Operako beste batzuek ere. Halako batean atera deitu zuten. Igor zen. Atea ireki, eta gehienak jakarekin topatu gintuen", gogoratu du Moralesek irri artean. "Gurekin lan egiteko gogorik ez zuela esatekotan egon omen zen. Azkenean, jakarena azaldu ostean, gurean geratu zen".

Opera Soften langile bihurtuta, Igor Ruizek hainbat proiekturi ekin zion: 'Sirwood', Jose Antonio Moralesek programatua, eta 'Poli Díaz', Topon eta Animagicen lan egindako garaitik ezagutzen zuen Juan Carlos Garcia *freelance*-arekin batera egin zuena.

Bi lan horiek amaituta, 'Rescate en el Golfo' polemikoa etorri zen. "Aurretiazko bertsio bat ekarri zuen Igor Ruizek eta behin betikoa Operan amaitu genuen". "Lehendik markarik ez genuen jokoa zen.

11. Jaume Esteveren *Ocho Quilates (II)* liburuan, Moralesek xehetasun gehiago ematen ditu, sinatzera zihoazen bankua Caja Madrid zela eta bilbotarrari atea ireki ziona Operaren zuzendari Pedro Ruiz bera izan zela, esaterako.

Alegia, ez zen 'Ángel Nieto Pole 500' edo 'Mot' jokoetan bezala;¹² eskubideak negoziatu, eta izen horiekin beraiekin argitaratzea". Izen gabeko jokoak zen 'Rescate en el Golfo'¹³.

"Jokoa amaitzear geunden, merkaturatzeko gutxi falta zen, eta Golkoko Gerra lehertu zen. Alegia, eskuartean genuen jokoaren zati bat hegazkin batean gertatzen zen, eta etsaiak arabiarrek ziren. Hori guztia Golkoko Gerra hasi aurretik eginda genuen. Onartu beharra dago diseinatzaileek eta programatzaileek sen ona izan zutela".

Moralesek dioenez, enpresaren merkataritza saileko batek¹⁴ abagunea baliatu behar zela esan zuen, eta 'Fist of Steel' ordeztu 'Rescate en el Golfo' deitzea erabaki zuten. Aldaketa "polemiko samarra" izan zen. "Iritzi kontrajarriak genituen, gerra batetik probetxu ateratzea etikoa ote zen, etab. Telebistaz eman zuten lehen gerra izan zen".

Dena dela, Opera ez zegoen etxafuegoak botatzeko moduan. Enpresaren hasierako urteetan, "ez genuen eztabaida hura izango" eta jokoak 'Rescate en el Golfo' izenarekin merkaturatuko zen. "Dibertitzeko ez bazen, ez zuen merezi".

Garai hartan, ordeztu jokoak arrakasta-bermerik gabe salmentan jartzea "oso arriskutsua zen", batez ere, "kontratupeko langile asko genituelako", dio Operako sorkuntza-buruak. "Garai nahasia izan zen; enpresa azkenetan zegoenaren susmoa hartuta geunden, eta arriskatu gabe egin behar ziren apustuak".

Opera Soften barnean izandako polemika gorabehera, izena aldatzea jokaldi borobila izan zen. Espainiako komunikabideetan bolo-bolo ibili zen Espainiako bideojoko enpresa batek Golkoko Gerra baliatu zuela

12. Alfonso Azpiri komikigilearen pertsonaia batean oinarrituta zegoen. Pertsonaiaren abenturak *El País* egunkariaren *Pequeño País* gehigarrian argitaratu ziren 1988 eta 1996 artean.

13. Gogoan hartu behar da hasiera batean, Animagic-en, jokoak *Jumbo* izena zuela. Igor Ruizek Opera Softera eraman zuenean, izena aldatu zioten; aurrerantzean, *Fist of Steel* deituko zen.

14. Moralesek uste du Ernesto Fernándezek proposatu zuela aldaketa.

berariazko joko bat merkaturatzeko. "Hura saltsa, hura". Hala ere, 'Rescate en el Golfo' ez zen izan konpainiaren bideojoko salduena. "Izen hori jarri izan ez bagenio, ez lituzke saldu zituenak salduko", aitortzen du Moralesek. "Salmenta handienetik txikienerako sailkapen batean, 'Jungle Warrior' erditik gora legoke. 'Sirwood' baino gorago, ziur aski, baina inola ere ez 'Livingstone Supongo' eta 'La Abadía del Crimen' jokoen maila berean".

Publizitateari dagokionez, Moralesen iritzian, Madrilgo banaketa-enpresak horretan egiten zuen huts. "Ez ginen *Micromanía* eta *MicroHobby* aldizkarietan publizitate asko sartzen zuten horietakoak. Gainera, beren bulegoetara joan behar izaten zen, bideojokoa erakustera". Aitortzen duenez, "oker eta berandu iristen ginen kanpainetara, batez ere, udakora eta Eguberrietakora; beti estu eta larri. Hori zen gure akatsa". "Dinamic-ekoak askoz ere antolatuagoak ziren, eta epeak hobeto zaintzen zituzten", onartzen du.

Publizitatearen kasuan, honakoa zen irizpidea: "jokoa salduko denaren itxaropena badago, 'Mot' edo 'Ángel Nieto Pole 500', kasu, publizitatea egin behar da". "Gutxi salduko zuela uste bagenuen, artikulua bat argitaratzea lortzen saiatzen ginen. Eta ez, ez genuen kasu guztietan lortzen". Halaber, Moralesek ez du gogoan Operak bere bideojokoak iragartzeko aurrekontu-sailik beti xedatzen ote zuen'.

Operako bideojokoen sorkuntza saileko buruak argi du 'Rescate en el Golfo' "ez zela kopia asko saldu zituenetako bat". "Gainera, Opera azkenetan zen". Iñigo Ayoren eta Igor Ruizen jokoa merkaturatzea eta banaketa-enpresaren finantza-porrota ia batera gertatu ziren. "Azkenetako, grafikogileen buru Carlos Alberto Diaz eta ni baizik ez ginen geratu".

1990eko hamarkadaren hasierako bideojokoen merkaturatzea zein ezegonkorra zen jabetzeko, Moralesek datu bat eman digu: "Behin baizik ez ziren etekinak banatu; 1989 urtea zen eta 500.000 pezeta eman zitzaizkion bazkide bakoitzari". "'Mot'-en garaian izan zen,

bideojokoen ekoizpena sasoi betean zela eta MCM Software¹⁵ banaketa- enpresarekiko harremana ona zenean”.

Moralesen iritzian, Espainiako softwarearen urrezko aroaren amaiera, hein batean, saltoki handiek egindako jokoaren itzulketek ekarri zuten. Dioenez, handizkari horien politika honetan zetzan: eskaera handiak egiten zituzten Espainia osoko denden eskari handiari erantzuteko. Eskaerok jaso, eta banatzaileek eskariaren araberako aurreikuspenak egin behar zituzten. “Kaseteak prestatzen genituen handizkariarentzat, bilgarria ia artisau eran ipinita”.

Baina saltoki handiak hilabete batzuk edota “urtebete” lehenago eskatutako jokoetatik asko eta asko itzultzen hasi ziren. Orduan sortu zen arazoa. Itzulitako gehienak egoera txarrean iristen ziren: zerbaiten faltan, hautsita edota jatorrizko kasetetik gabe. “Itzulketa berdin-berdin gauzatu behar zen. Handizkariak hainbeste ordaindu bazuen, hainbeste itzuli behar zitzaion”. Itzulitako kaseteen izakinei bigarren bizialdi bat eman nahi izan zioten banaketa-enpresa askok, eta B serieak, joko-bildumak edo serie merkeak etorri ziren. “Baina ez zegoen inbertsioa berdintzerik. Galeren balantzea areagotu besterik ez zen egiten”.

Opera Soften porrota eta Espainiako gainerako banaketa-enpresena aldeberekoa izan zen. Dena dela, Igor Ruizek Moralesen alboan jarraitu zuen enpresak ateak itxi zituen arte. “Gutxika-gutxika itxi genuen”, dio atsekabez.

Grafikogile bilbotarra *freelance* gisa hasi zen lanean berriz, bere lagun Juan Carlos Garciarekin joko britainiarren 8 biteko bihurketak eginez. Gainera, bien artean kiroletako bideojoko bat garatu zuten PCrako: ‘Olympic Games 92’. Grafiko koloretsukoa eta ‘Track & Field’ (Konami,

15. MCM Software bideojokoen banaketan 1980ko eta 1990eko hamarkadetan jardundako Espainiako enpresa bat zen. Atzerriko jokoaren banaketa-enpresa batzuek legez, Espainiako bideojokoak ekoiztera bideratutako mendeko enpresa sortu zuten: IBER Software, programatzaile talde txiki batez osatua, eta programatzaile independente batzuen jokoak ere argitaratu zituen. https://wiki.caad.es/index.php?title=MCM_Software&oldid=16635 (Wiki CAAD). 2014ko ekainaren 8an kontsultatutako orria.

1983) klasikoaren joko-mekanika berdintsukoa zen eta Bartzelonako 1992ko Olinpiar Jokoen bultzadari probetxu atera nahi zion.

Banaketa-enpresa baten bila ari zela, Ruizek Moralesgana jo zuen berriz ere, marka berri bat sortu baitzuen negozioan aurrera egiteko asmoz: Opera Plus¹⁶. Harreman-sareari esker, 'Olympic Games 92' 1992ko udan jarri zen salgai, System 4ek banatuta.

Ez zen hura izan euskaldunak eta granadarrak topo egin zuten azken aldia. Moralesek ONCEn Sifo proiektuan parte hartzea proposatu zion Ruizi. Hezkuntza eta Zientzia Ministerioak babestutako proiektua zen, entzumen-arazoak zituzten hurrei zuzendutako hezkuntzako bideojokoak sortzea xede zuena. Proiektuaren garapenak 1992tik 1993ko erdialdera arte iraun zuen.

16. Kiroletako bideojokoetara bideratutako Opera Sport bezala, Opera Plus jatorrizko markaren *spin off* bat zen.

LAS DISTRIBUIDORAS, EL ESCAPARATE NECESARIO DE LOS JUEGOS

En la década de los ochenta y los noventa, para hacer un videojuego de manera óptima y en unos plazos más o menos razonables, se necesitaba un equipo de desarrollo compuesto de, al menos, dos personas: un programador y un grafista. Tampoco vamos a negar que había personas capaces de hacer todo ese trabajo en solitario.

Pero más allá de tener un ZX Spectrum, MSX o Amstrad CPC, conocerse al dedillo los lenguajes de programación o tener rutinas en código máquina, algo que no podía faltar en los desarrollos era la pasión. Todos estos ingredientes los cumplían a rajatabla los programadores y grafistas vascos. Sin embargo, había uno imprescindible en la cadena de desarrollo de un videojuego. Una figura que en Euskadi jamás ha existido y, aún así, ha sido vital para que los videojuegos "made in Euskadi" pudieran llegar a las estanterías de las tiendas especializadas y de El Corte Inglés: las distribuidoras¹.

Su labor principal pasa por recoger los juegos realizados, tanto por sus equipos internos como los hechos por terceros estudios o *freelances*, y preparar toda la estrategia de marketing para que sean lo más atractivos posibles a los ojos del futuro comprador. A estas labores, se suman los acuerdos para la distribución en los diferentes mercados, la publicidad destinada a las revistas especializadas, las comunicaciones con los medios... Todo ello, ayuda a marcar la diferencia entre un juego y otro.

Durante la denominada Edad de oro del software español, el mercado contaba con una buena serie de distribuidoras entre las que destacaban Dinamic Software, ERBE, Topo Soft, System 4, Opera Soft, Zigurat, Dro Soft,... además de otras de menor peso. Muchas, comenzaron su

1. Empresa que distribuye videojuegos que han sido desarrollados, bien internamente, bien por una tercera empresa. Normalmente una distribuidora de videojuegos ejerce también las funciones de editora, de modo que se ocupa de manufacturar y comercializar los videojuegos, incluyendo el investigar los mercados y todos los aspectos de la publicidad. En ocasiones, llegan a financiar los desarrollos.

singladura siendo únicamente pequeños estudios de desarrollo que vendían sus juegos por correo postal y que, a consecuencia de la alta demanda de videojuegos, se vieron en la obligación de crecer.

En el caso del desarrollo de videojuegos vascos de la década de los ochenta y los noventa, tan sólo hubo un leve intento de distribución propia que se quedó en el ámbito local. Es el caso de 'Superbuggie', que los chicos de Zeus Software se encargaban de vender directamente en el mercadillo de Donostia. Más allá de la anécdota, todos los equipos vascos decidieron probar suerte con las distribuidoras españolas. Esas que, semana tras semana, se anunciaban en las páginas internas de revistas como MicroHobby solicitando nuevos programadores o juegos para sus catálogos.

Los videojuegos vascos realizados entre los años 1985 y 1995 fueron distribuidos principalmente por Dinamic Software, Zigurat, Opera Soft, Ideologic, System 4 y Topo Soft.

Zeus y Dinamic, como uña y carne

Hablar de Zeus Software es nombrar a Dinamic Software. Y es que, los ocho años de desarrollo de videojuegos realizados por los donostiarras --desde 'Hundra' hasta el proyecto 'Energy'-- están estrechamente vinculados a la empresa que crearon los hermanos Pablo, Nacho y Víctor Ruiz². Se trataba de una compañía que comenzó elaborando y vendiendo sus propios juegos desde la buhardilla de la casa de sus padres³, hasta convertirse en una de las más importantes de la industria española del videojuego y que, a día de hoy, todavía continúa en el negocio bajo el nombre FX Interactive.

Los primeros trabajos de los Ruiz, como 'Yength' (1984), 'Saimazoom' (1984), 'Babaliba' (1984) y 'Abu Simbel Profanation' (1985) les convirtieron en un referente. Eran el sueño de multitud de chavales

2. Pablo se encargaba de la administración del negocio, Víctor de la producción y Nacho de la supervisión del apartado gráfico.

3. Se situaba en Boadilla del Monte, a las afueras de Madrid. La denominaban "La mansión Dinamic".

que comenzaban a programar sus primeros juegos en casa. "La gente mandaba sus juegos en un sobrecito con la cinta a La Mansión Dinamic⁴ con la esperanza de que se lo publicáramos o con la posibilidad de formar parte del equipo que hacía los juegos", cuenta Víctor Ruiz.

Uno de esos juegos fue 'Rocky', desarrollado por el programador Álvaro Mateos. "Álvaro llegó con un juego de boxeo muy parecido al 'Punch-Out!!'⁵ en el que se controlaba un luchador al que sólo se le veía la espalda". Un título que supuso "el debut de Dinamic en el terreno de la producción de terceros", tal y como recoge Jaime Esteve en el libro 'Ocho Quilates'.

Ruiz recuerda que cambiaron los gráficos originales enteros "porque no eran muy allá". Una modificación que fue "muy fácil" de hacer porque estaban formados por *tiles*⁶ "muy grandes". Según fuentes consultadas, este tipo de cambios fueron santo y seña de Dinamic cada vez que algún juego caía en manos de los hermanos Ruiz. "En los juegos que producíamos solíamos indicar las mejoras que se podrían hacer desde el punto de vista artístico", matiza el productor de la distribuidora madrileña.

La importancia del juego de Mateos en este relato radica en que se convirtió en el primer videojuego realizado por un equipo externo a Dinamic que fue distribuido en el extranjero. Lo hizo junto al 'Abu Simbel Profanation', elaborado por Nacho y Víctor Ruiz. Para llevar a cabo la aventura internacional, los hermanos Ruiz llegaron a un acuerdo con

4. "Se trata del ático de la casa de mis padres. Es una estancia muy amplia, como una sala de estar, donde caben tres mesas de escritorio y todavía queda sitio para un sofá y las sillas", describe Ruiz

5. Franquicia de boxeo de Nintendo. Su primer juego salió en máquina recreativa en 1984. El reconocimiento del público llegaría tres años después cuando el juego vio la luz en la consola NES.

6. Una tile es la parte gráfica de cada videojuego que puede ser utilizada para completar partes de un fondo por medio de un conjunto de tiles o tileset. Wikipedia. Página consultada el 02 de junio de 2014

Gremlin Graphics⁷. Sin embargo, el juego de Mateos tuvo que cambiar de nombre, "ya que podía tener problemas de derechos de autor" con la película dirigida en 1976 por John G. Avildsen y protagonizada por Sylvester Stallone. Finalmente, fue modificado por 'Rocco'.

La llegada del juego a las tiendas de Inglaterra no fue fácil. Tuvo que verse las caras contra otros dos juegos de boxeo; 'Frank Bruno's Boxing' –que en ese momento era número uno en ventas– y 'Knockout!'. Aún así, un reportaje publicado en el País Semanal en 1987 recoge que el título de Dinamic se aupó hasta la segunda posición de los más vendidos.

La distribuidora de los Ruiz sufrió un salto cualitativo enorme tras su traslado desde la buhardilla de Boadilla del Monte a las oficinas de las Torres de Madrid en la plaza España. Un cambio que les obligó a cambiar su metodología de trabajo y les empujó a su máxima profesionalización. Especialmente, cuando se dieron cuenta que los gastos permanentes de su nueva ubicación les obligaban a tener ingresos todos los meses. ¿Solución? Aumentar la producción y distribución de juegos ajenos, poniendo en valor la experiencia obtenida cuando se encontraban en La Mansión Dinamic.

Fue en esta línea de negocio cuando surgió la primera colaboración con los donostiarras Zeus Software que se inició con el videojuego 'Hundra'. "Yo recibía todos los juegos y, si les veía futuro y la calidad del título era suficiente, cogía el teléfono y llamaba a los desarrolladores", relata Víctor Ruiz. "A partir de entonces comenzaba a hacer toda la producción artística de mejora y los trabajos de testeo. Además, en caso de que el juego sólo estuviera realizado para una plataforma me encargaba de gestionar las versiones con el equipo interno o subcontratando a otros programadores".

Otro de los aspectos de los que se encargaba Dinamic era de envolver de manera atractiva el producto final. Casi todos los juegos de Zeus Software contaron con portadas de Luis Royo. La decisión de Royo

7. Gremlin Graphics fue el segundo intento de Dinamic por dar el salto al mercado inglés tras la colaboración fallida con Silversoft

en vez del clásico Azpiri era porque este último "era más caro". "Sus dibujos eran originales, mientras que con los de Luis Royo sólo pagabas una licencia por uso". Además, había que sumar los "detalles Dinamic" a la hora de promocionar los videojuegos. Sus "eslóganes pegadizos" o los curiosos nombres que se inventaban para los efectos visuales logrados con la programación fueron una constante. Es el caso de los "FX Synchrosprites" con los que anunciaban los juegos de Zeus Software. "Siempre buscábamos acompañar a los títulos con una serie de características diferenciadoras", explica Ruiz.

Una vez que el juego estaba listo para ponerse a la venta, los hermanos Ruiz llegaban a un acuerdo con los desarrolladores mediante royalties. "Entre un 10% y un 15%. Aunque eso fue evolucionando y reduciéndose, dependiendo de las ventas y del gasto en marketing". "Incluso creo --continúa Víctor-- que hubo contratos progresivos en el que el porcentaje de los royalties variaba según el número de ventas".

La publicidad también era importante para aumentar la venta de juegos. En Dinamic, así como en otras distribuidoras de la época, lo sabían. Pero los hermanos Ruiz seguían una política diferente cuando el juego había sido desarrollado por su equipo interno o por terceros. Analizando las dos revistas españolas especializadas más importantes de la época, MicroHobby y Micromanía, se puede observar que los títulos de Dinamic cuentan con páginas completas de publicidad a todo color incluso, en ocasiones, hasta dos páginas. Por el contrario, para los juegos externos --como era el caso de los títulos del equipo vasco--, Dinamic solía contratar una página completa de publicidad en la que aprovechaban para promocionar, al menos, otro juego más.

Esta misma estrategia la llevaban a cabo en los lanzamientos. Los juegos desarrollados por Dinamic salían al mercado en solitario. Mientras que, para los otros, buscaban una fecha para hacer una tirada conjunta. Esto se puede observar en el caso de 'Hundra', que salió junto a 'Turbo Girl', de los riojanos Gamesoft.

De esta manera, llegamos a 1991, a las puertas de uno de los grandes hitos de la industria: 'Risky Woods' de Zeus Software se convierte en el primer título hecho en España para una consola de videojuegos.

Aunque la idea original de llevarlo a Sega MegaDrive surgió en el seno de Dynamic, el propio Víctor Ruiz recuerda que llegó a buen puerto “porque el director general de Electronic Arts, Mark Lewis⁸, se involucró en el proyecto”. A eso se suma, la buena relación que ya existía entre las dos empresas tras la distribución del ‘Navy Moves’ un año antes. El resto, es historia.

Zigurat y el guerrero de la jungla

Siguiendo con los títulos “made in Basque Country” que finalmente llegaron a las tiendas, no hay que olvidar ‘Jungle Warrior’, elaborado por True Software, esto es, los vizcaínos Iñigo Ayo e Igor Ruiz ‘Konstandin’. En la búsqueda de un distribuidor para el juego, se toparon con Zigurat/ Made in Spain, responsables de juegos como ‘Fred’, ‘Sir Fred’, ‘El Misterio del Nilo’, ‘Humphrey’ o ‘Paris-Dakar’.

El socio y jefe de desarrollo de Zigurat, Fernando Rada, comentaba en la última edición de RetroMadrid 2014 que ‘Jungle Warrior’ fue uno de los tantos juegos de terceros que se animaron a producir y a distribuir. “Habíamos visto lo difícil que había sido para nosotros poner en el mercado nuestras ideas y nuestros juegos, y nos parecía injusto que la gente que tenía una idea y que quería apostar por su juego no pudiera salir”. “A la par –explica Rada--, sabíamos de gente que tenía sus juegos hechos y no sabía qué hacer con ellos. Fue entonces cuando nos dimos cuenta de que teníamos la suficiente experiencia como para encaminar esos productos al mercado y hacer de productora”.

Otra de las razones para embarcarse en la distribución era porque “nos daba tamaño”, reconoce el miembro de Zigurat. “Hay que pensar que éramos bastante lentos haciendo los juegos. Éramos un equipo pequeño que sacábamos dos o tres títulos al año”. “Desde el punto de vista de visibilidad de marca y a la hora de gestionar la publicidad en las revistas –explica-- quedaba mucho mejor si teníamos algún juego más que poner en las páginas”.

8. Actualmente es el director de Take-Two Interactive Software, distribuidora de videojuegos estadounidense responsables de franquicias como ‘Grand Theft Auto’ y ‘BioShock’.

Rada defiende que en la compañía “necesitábamos juegos y ellos [los estudios desarrolladores] nos necesitaban a nosotros, porque éramos muy cercanos y les ayudábamos a acabar sus juegos y a ponerlos en el mercado con cierta garantía”.

Tanto es así, que en el caso de ‘Jungle Warrior’, cuando solicitaron al programador de Sopelana, Iñigo Ayo, que realizara las versiones para ZX Spectrum, Amstrad CPC y MSX, éste les comentó que no tenía Amstrad. “No es problema, te mandamos uno. Cuando termines, nos lo devuelves”, le respondieron.

Hasta ese momento, la relación de Iñigo Ayo con la gente de Zigurat había sido inexistente. Su compañero, el grafista Igor Ruiz, había sido hasta entonces el interlocutor entre True Software⁹ y Zigurat. Sin embargo, eso no supuso ningún problema para el equipo de Zigurat cuando Ayo acudió a las oficinas, situadas en el número 163 de la Avenida Cardenal Herrera Oria, a terminar los *masters* de ‘Jungle Warrior’.

“Llegaba un momento en el que el juego estaba suficientemente desarrollado, por lo que había que preparar la copia final. Sólo se necesitaba un par de días”, explica Ayo. El vizcaíno tardó siete. “Falté una semana cuando estaba en cuarto de FP¹⁰ y tendría 19 años”, recuerda. Los trabajos consistieron en depurar y asegurarse de que la copia definitiva estuviera correcta. “Le ayudamos a terminarlo con unos niveles mínimos de calidad”, confirma Rada.

‘Jungle Warrior’ finalmente llegó a las tiendas en abril de 1990.

Opera, una oportunidad para el software vasco

Opera Soft fue otra de las grandes distribuidoras españolas que se encargaron de ayudar a que los juegos realizados en el País Vasco

9. True Software era el nombre del equipo de desarrollo que utilizaban Iñigo Ayo e Igor Ruiz 'Konstandin' para sus trabajos conjuntos

10. Seguramente se refiera al segundo curso del Grado Superior de FP de Electrónica

llegaran a las tiendas de toda España, e incluso, a algunos mercados europeos.

El responsable del departamento de creación de juegos de Opera, Jose Antonio Morales (Loja, 1959), recuerda que, durante los primeros años de la empresa se dedicaron a poner a la venta sus propios juegos, sin prestar atención a aquellos que como al resto de distribuidoras de la época, llegaban a los buzones de sus oficinas.

Morales afirma que en Opera había una máxima. Aquel profesional que llegaba con un juego "o se quedaba en la empresa o su trabajo no salía". Un claro ejemplo de este principio de la distribuidora fue Paco Menéndez, que llegó de Made in Spain con 'La Abadía del Crimen' bajo el brazo.

La relación de Opera con los vascos se produce en los últimos años de la década de los ochenta con la llegada del grafista vasco Igor Ruiz al chalet que tenían cerca de la salida de metro Opera. De ahí el nombre de la empresa. "Teníamos poca imaginación", ríe Morales.

Tal y como relatábamos en el capítulo 2 de Load "": Historia del Videojuego vasco, el segundo premio en la IV edición del Concurso de Diseño Gráfico de MicroHobby obtenido por el grafista bilbaíno le abrió las puertas de Opera. Morales recuerda que en un primer momento habló con un tío "con un acento vasco". "Me dice que es grafista y, entonces, le invito a unirse al equipo de Opera en Madrid".

- "Ven para acá y vamos a ver si te contratamos", -le propuso Morales. Ni corto ni perezoso, Ruiz le respondió: - "Pero seréis gente normal, ¿no?"

- "Cuando dices normal ¿a qué te refieres?", inquirió el creativo de Opera.

A lo que el bilbaíno matizó: - "¿No trabajareis con corbata?"

- "Somos gente que hace videojuegos, ¿cómo crees que somos?", zanjó la conversación Jose Antonio Morales.

La anécdota quedó ahí, hasta el día que el bilbaíno acudió a la prueba en las oficinas de Opera Soft. "Aquel día teníamos que ir a una firma

de un banco¹¹. Pedro Ruiz, nuestro director, se había puesto chaqueta y corbata, así como alguno otro más de Opera. En ese momento, Igor toca el timbre, le abrimos la puerta y nos encuentra a la mayoría enchaquetados”, sonríe Morales mientras lo recuerda. “Estuvo a punto de decirnos que allí no iba a trabajar. Finalmente tras darle las explicaciones pertinentes, se quedó con nosotros”.

Una vez incorporado en Opera Soft, Igor Ruiz comenzó con varios proyectos: ‘Sirwood’ programado por el propio Jose Antonio Morales, y ‘Poli Díaz’, que lo realizó conjuntamente con el *freelance* Juan Carlos García, con el que había coincidido durante su época de Topo y Animagic.

Tras finalizar estos dos trabajos, llegó el desarrollo del polémico ‘Rescate en el Golfo’. “Igor llegó a Opera con una versión previa y, la final, se terminó en Opera”. “Era un juego del que no teníamos previamente una marca. No era como en el caso de ‘Ángel Nieto Pole 500’ o ‘Mot’¹², en el que negociábamos los derechos con alguien y salía con ese nombre desde el principio”. Rescate en el Golfo era un juego sin nombre¹³, insiste.

“Cuando estábamos terminándolo y lo teníamos que sacar a la venta, nos estalla la Guerra del Golfo. Esto es, teníamos un juego que se desarrollaba una parte en un avión con enemigos que eran árabes y todo estaba hecho antes de la Guerra del Golfo. Hay que reconocer que los diseñadores y programadores tuvieron buena intuición”.

Morales afirma que alguien de la parte comercial de la compañía¹⁴ dice “esto hay que aprovecharlo” por lo que decidieron cambiar el nombre

11. En “Ocho Quilates” (II) de Jaume Esteve, Morales da más detalles afirmando que la firma era en Caja Madrid y la persona que abrió la puerta al bilbaíno, fue el propio director de Opera Pedro Ruiz

12. Personaje del historietista Alfonso Azpíri cuyas aventuras fueron publicadas en Pequeño País, suplemento del periódico El País, de manera regular entre los años 1988 y 1996

13. Recordemos que inicialmente en Animagic el juego se llamó ‘Jumbo’. Cuando Igor Ruiz lo llevó a Opera Soft, le modificaron el nombre a ‘Fist of Steel’.

14. Morales intuye que pudo ser Ernesto Fernández

original 'Fist of Steel' a 'Rescate en el Golfo'. El cambio suscitó "cierta polémica". "Había opiniones y enfrentamientos sobre si era ético aprovechar una guerra. La primera guerra televisada".

Pero en Opera no estaban para echar cohetes. En los primeros años de la compañía "aquella discusión no se hubiera dado" y el juego no hubiera salido con el nombre de 'Rescate en el Golfo'. "Si no nos divertíamos, no merecía la pena".

En aquella época, sacar juegos a la venta sin saber que iban a funcionar "era muy peligroso"; especialmente "teniendo tanta gente en nómina", se justifica el creativo de Opera. "Era una época complicada --explica-- en la que se atisbaba bastante que estábamos yendo a su final, por lo que había que apostar a lo seguro".

Pese a la polémica suscitada en el seno de Opera Soft, la jugada del cambio de nombre les salió redonda. Los medios de comunicación españoles se hicieron eco de que había una empresa española de videojuegos que aprovechaba la coyuntura de la Guerra del Golfo para sacar un juego específico. "Se lió parda". Aún así, 'Rescate en el Golfo' no se convirtió en el juego más vendido de la compañía. "Si no le hubiéramos puesto ese nombre, no hubieran alcanzado las unidades que vendieron", reconoce Morales. "Colocándolo en una lista de juegos de Opera de mayor a menor número de ventas, 'Jungle Warrior' se situaría en una zona media-alta. Tal vez vendería más que 'Sirwood', pero no llegó a 'Livingstone Supongo' ni 'La Abadía del Crimen'.

En cuanto al tema de publicidad, Morales cree que la distribuidora madrileña fallaba en ese aspecto. "Nosotros no éramos los grandes consumidores de publicidad de Micromanía y MicroHobby. Además, había que ir a sus oficinas con el juego a enseñárselo". Tanto es así, que reconoce que "llegábamos tarde y mal a las campañas, principalmente a las de verano y Navidades, siempre asfixiados. Ahí fallábamos". "Los de Dinamic eran mucho más organizados, controlaban mejor sus plazos", admite.

El planteamiento de la publicidad pasaba por "si el juego tiene expectativas como 'Mot' o 'Ángel Nieto Pole 500' hay que meter

publicidad". "Si no las tienes, hay que conseguir que nos pongan un artículo. Y no siempre lo conseguíamos". Asimismo, Morales no recuerda que Opera tuviera siempre una partida presupuestaria para publicitar sus juegos.

El responsable del departamento de creación de juegos de Opera insiste que 'Rescate en el Golfo' "no fue un juego de muchas copias". "Además, en Opera estábamos casi muertos". La salida del juego de Iñigo Ayo e Igor Ruiz prácticamente coincidió con el declive financiero de distribuidora. "Al final me quedé yo sólo junto al jefe del equipo de grafistas, Carlos Alberto Díaz".

Para entender lo poco estable que era el mercado de los videojuegos a principios de los noventa, Morales relata que en Opera "sólo se repartió beneficios una vez, en el año 1989 y fueron 500.000 pesetas a cada socio". "Eso fue en la etapa de 'Mot' -explica-- donde tuvimos una buena época de producción de videojuegos y cuando la relación con la distribuidora MCM software¹⁵ funcionaba".

En este sentido, el propio Morales señala como parte de la caída de la denominada Edad de oro del software español a las devoluciones de los juegos que realizaban los grandes almacenes. Según relata, la política de estas mayoristas consistía en efectuar grandes pedidos para suplir la demanda de las tiendas de toda España. Con estos encargos en marcha, las distribuidoras tendían a hacer previsiones acorde con la demanda. "Nosotros preparábamos las cintas para el mayorista y hacíamos el empaquetado con una preparación casi artesanal".

El problema surgió cuando estos grandes almacenes comenzaron a devolver en masa gran parte de las cintas que habían solicitado y recibido hacía meses e, incluso, "algún que otro año". La mayoría en

15. MCM Software fue una distribuidora española de videojuegos de los años 80 y principios de los 90. Como otras distribuidoras de juegos extranjeros, crearon su propia filial dedicada a la producción de juegos españoles: IBER Software, formada por un pequeño equipo de programadores y que también publicó algunos juegos de otros programadores independientes. https://wiki.caad.es/index.php?title=MCM_Software&oldid=16635 (Wiki CAAD). Página consultada el 8 de junio de 2014.

situaciones precarias: incompletas, rotas e incluso sin el casete original dentro. "Y la devolución era por igual. Tanto que pagó el mayorista, tanto que había que devolverle". Con el stock de cintas retornadas, algunas compañías decidieron darle una segunda vida a través de series B, packs de juegos o series baratas. "Seguían sin compensar. Iban directamente al balance de pérdidas".

La caída de Opera Soft fue paralela y en sintonía con el hundimiento que se estaba viviendo en el resto de distribuidoras en España. Pese a todo, Igor Ruiz estuvo acompañando a Morales hasta el final de la empresa. "Tuvimos que ir cerrando poco a poco", se lamenta.

El grafista bilbaíno volvió a convertirse en *freelance* y estuvo realizando, junto con su amigo Juan Carlos García, conversiones en 8-bits de juegos británicos. De forma paralela, ambos desarrollaron un videojuego deportivo para PC titulado 'Olympic Games 92'. Con unos gráficos muy coloristas y mecánicas de juego similares al clásico 'Track & Field' (Konami, 1983), el título pretendía aprovechar el tirón de los Juegos Olímpicos de Barcelona 92.

En la búsqueda de un distribuidor, Ruiz volvió a contactar con Antonio Morales que había generado una nueva marca, Opera Plus¹⁶, con la que intentaba mantenerse a flote en el negocio. Gracias a sus contactos, 'Olympic Games 92' salió a la venta en el verano de 1992 y fue distribuido por System 4.

No fue el último trabajo en el que el vasco y el granadino volverían a verse las caras. Morales le propuso a Ruiz participar en un proyecto 'Sifo' de la ONCE y patrocinado por el Ministerio de Educación y Ciencia, para crear videojuegos educativos dirigido a niños con problemas auditivos. Su desarrollo duró desde 1992 hasta mitad de 1993.

16. Al igual que Opera Sport, dedicada a los juegos deportivos, Opera Plus se trataba de un *spin off* de la marca original.

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

Azala / Portada
Lenguajes as Symbols <http://writing-system.tumblr.com/>

Eskerrak / Agradecimientos:
Victor Ruiz (Dinamic), Fernando Rada
(Zigurat) y Jose Antonio Morales (Opera Soft)



3

LOAD ""

EUSKAL BIDEJOKOEN HISTORIA
(1985-2009)

HISTORIA DEL VIDEOJUEGO
VASCO (1985-2009)