

Dos joves catalans entren al mercat dels videojocs amb aplicacions per l'iPhone

Ja tenen un joc a la venda ('Quiz Game Land') i al mes de febrer confien en veure al mercat, els seus dos darrers projectes ('Battle of The Elements' i 'iSpot Japan'), un d'habilitat i l'altre per descobrir detalls i curiositats de la cultura japonesa. Josep Maria Cots i David Jaumandreu fa dos anys que treballen junts per tirar endavant el seu propi negoci dedicat als videojocs, l'empresa Undercoders. Els començaments però, són difícils i malgrat que l'objectiu és acabar treballant per plataformes com ara Nintendo o Sony, Undercoders ha volgut donar-se a conèixer a través dels jocs de l'iPhone. Apple els ha permès poder distribuir el seu producte d'una manera senzilla i arribar a arreu del planeta.



Quan fa quatre anys Josep Maria Cots i David Jaumandreu van acabar els estudis d'Informàtica i Multimèdia tenien clar que volien dedicar-se al món dels videojocs. Per aconseguir-ho, i veient que les perspectives a Catalunya eren escasses, van decidir plantar-se i malgrat la seva poca experiència van muntar la seva pròpia empresa a Barcelona, Undercoders. Al principi però, necessitaven finançament i van optar per dedicar uns anys al disseny de pàgines web.

Aquesta feina els ocupava massa temps per poder-se dedicar a aprendre a fer videojocs i per això, van decidir acudir a Barcelona Activa i elaborar un pla d'empresa per tirar endavant el seu somni. Aconseguint finançament de privats, a mitjan 2008 començaven a treballar únicament pels videojocs. Era però, explica David Jaumandreu, encarregat de la part més creativa, 'molt arriscat' perquè en aquest tipus de projectes 'necessites treballar uns mesos en un sol producte que després no saps si es vendrà o no'.

Al principi, tal i com explica Josep M. Cots, que s'ocupa de la part més tècnica dels projectes, van voler provar sort amb els jocs pels mòbils, però la gran quantitat de models i terminals diferents els obligava a seguir un procés de desenvolupament massa llarg i costós, tan a nivell econòmic com de dedicació de temps. Per això, van decidir centrar-se en l'iPhone, ja que, explica Cots, 'permetia treballar per un sol dispositiu' i per tant, 'els processos de prova eren molt més fàcils'.

A finals de l'estiu passat va sortir el primer joc d'Undercoders per iPhone, anomenat 'Quiz Game Land' que posa a prova els coneixements del món dels videojocs als més aficionats, i per un preu assequible a través de la botiga virtual d'Apple. Gràcies a aquest sistema, diu Josep Maria Cots, 'hem pogut tenir descàrregues d'arreu del món perquè dóna accés a un públic mundial'. Per aconseguir que la gent et conegui, diu Cots, 'hem hagut de fer feina de

màrqueting, i també de boca-orella' però el més important és, sens dubte, donar-se a conèixer a internet i Apple Store és un primer pas. Sis mesos després, i malgrat que els agradaria tenir un volum de vendes més important, es mostren satisfets dels resultats, i el més important, estan a punt de treure dues noves aplicacions que esperen treure al mercat ja el mes vinent.

Per una banda estan ultimant els preparatius de 'Battle of The Elements', un joc d'habilitat que narra les disputes de diversos personatges del regne animal. Aquesta vegada però, Undercoders ha apostat per fer un videojoc, explica Cots, 'més llarg, ambiciós, amb una història, personatges elaborats, i fins i tot amb música composta especialment pel joc'. A més a més, han comptat amb la col·laboració d'un estudi de disseny com a encarregats de la part gràfica. Per l'altra banda, també han treballat durant els darrers mesos amb 'iSpot Japan' un joc per descobrir detalls i curiositats sobre la cultura japonesa posant a prova la seva habilitat visual.

L'objectiu de Cots i Jaumandreu és poder establir-se a la botiga virtual d'Apple per donar-se a conèixer i aconseguir que plataformes com Nintendo o Sony s'interessin pels seus projectes. En aquest sentit, són optimistes perquè confien que els propers jocs els acabaran coneixent encara més gent. Jaumandreu admet però, que a Catalunya és difícil dedicar-se a aquest món sobretot 'pels prejudicis i pel desconeixement que hi ha', perquè explica, que quan s'intenta vendre un joc 'la gent imagina una cosa infantil, que no ven, quan resulta que a nivell mundial, és una indústria que mou més diners que la música o el cinema'.

Elisenda Rosanas, Barcelona (ACN)