



aDeSe

anuario 2004

• CARTA DEL PRESIDENTE	5
• aDeSe	7
• Objetivos de la Asociación	
• Organización	
• Actividades	
• Relaciones con otras entidades y organismos	
• Las empresas integradas en aDeSe	
• GALARDONES aDeSe 2004	11
• DATOS DEL SECTOR	15
• Económicos	15
Situación de la Industria Española	
Resultados 2004 en España	
Los 10 títulos más vendidos en 2004 en España	
Los más vendidos en 2004 en España por meses	
Reparto del mercado de videojuegos a nivel mundial	
Evolución del mercado de videojuegos en Europa	
Evolución del mercado de videojuegos en Norteamérica	
Evolución del mercado de videojuegos en el Pacífico y Asia	
• Sociológicos	26
Resultados del estudio de Hábitos y Usos de los Videojuegos España, Europa y EE.UU.	
• Los videojuegos: un fenómeno social	29
Retrospectiva del videojuego	
Efectos positivos de los videojuegos	
El auge de las consolas	
Videojuegos en móviles	
Videojuegos online	
Nuevas formas de jugar	
Formación en videojuegos	
• Videojuegos o el “octavo arte”	35
Encuentro “Los Videojuegos: El Octavo Arte”	
Videojuegos y mujeres	
Videojuegos y cine	
Videojuegos y literatura	
Videojuegos y música	
• INFORME SOBRE PIRATERÍA	39
• Resumen del informe 2004 de la Federación Antipiratería	
• Campaña Antipiratería de la FAP	
• RESUMEN DEL AÑO	43
• Resumen Anual de aDeSe	
• Resumen Anual Global	
• Resumen Anual: Lanzamientos 2004	
• Premios otorgados a los mejores videojuegos 2004	
• FUENTES	53



CARTA DEL PRESIDENTE

Los 790 millones de euros de facturación alcanzados por el sector español de videojuegos durante 2004 evidencian un año más la fortaleza de este sector de entretenimiento, cuyo volumen de negocio es muy superior al de otros sectores maduros como la música o el cine. Los datos constatan el ascenso imparable de esta industria, aún emergente en nuestro país, que actualmente genera en torno a 5.000 puestos de trabajo y muestra, a tenor de la evolución de las cifras en los últimos años, un enorme potencial de desarrollo y crecimiento en el futuro próximo.

Los datos de 2004 han seguido la estela del crecimiento experimentado en los últimos años en el consumo de hardware y software para consolas y PC's, situando a España en el cuarto lugar europeo en el consumo de software interactivo y venta de consolas, detrás del Reino Unido, Alemania y Francia. No ocurre lo mismo con la producción de videojuegos -un mercado generador de empleo y con gran proyección empresarial- en el que nuestro país se encuentra en décimo lugar en Europa, por detrás de países como Holanda, Bélgica o Italia. Éste es uno de los inputs sectoriales de urgente solución, que debe ser acometido con apoyos institucionales y estructurales por parte de la Administración, como ocurre en países como el Reino Unido, en virtud de sus potencialidades como motor de avance en aspectos tecnológicos de vanguardia.

En paralelo a la actividad normalizada del sector de videojuegos, y conscientes de la práctica inexistencia de desarrolladores en nuestro país, 2004 ha sido un año de maduración; un año, por otra parte, caracterizado por el número de estudios sociológicos que revelan la vitalidad de unos productos, cuya presencia en la sociedad moderna es un hecho irrefutable, pese a voces críticas -a veces poco documentadas y oportunistas- que ponen el énfasis de sus argumentos en ciertos contenidos dirigidos a consumidores de edad adulta, sin haber contrastado previamente el eficiente funcionamiento del código PEGI de autorregulación por edades, en función de los contenidos.

Cabe destacar que durante 2004, el 60% de los casi 1.500 videojuegos comercializados en España han sido considerados como aptos para todos los públicos y sólo un escaso 3% se han considerado para mayores de 18 años. El pasado ejercicio ha representado la efectiva implantación de este sistema de autorregulación paneuropeo. En la actualidad, la práctica totalidad de los productos disponibles en las estanterías de los establecimientos están etiquetados conforme a este código de clasificación por edades.

También en la lucha contra la piratería se ha avanzado sensiblemente durante el pasado año, aunque éste sigue siendo un cometido prioritario para aDeSe, al igual que lograr un cierto compromiso por parte del Gobierno para apoyar a la industria.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Alberto'.

Alberto González Lorca
Presidente de aDeSe.

aDeSe

CONSTITUIDA EN OCTUBRE DE 1997, LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DISTRIBUIDORES Y EDITORES DE SOFTWARE DE ENTRETENIMIENTO (aDeSe) ES LA PATRONAL DEL SECTOR DE LOS VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA. INTEGRA A LAS EMPRESAS CUYA ACTIVIDAD CONSISTE EN LA PRODUCCIÓN, EDICIÓN, IMPORTACIÓN Y/O DISTRIBUCIÓN DE SOFTWARE DE ENTRETENIMIENTO EN TODO TIPO DE MATERIALES Y FORMATOS. ACTUALMENTE, QUINCE COMPAÑÍAS FORMAN PARTE DE aDeSe.

OBJETIVOS DE LA ASOCIACIÓN

aDeSe representa los intereses de sus asociados ante las instituciones públicas y privadas. Entre sus objetivos fundacionales figura el desarrollo de la industria del software de entretenimiento, así como el establecimiento de relaciones y colaboraciones, con el fin de incrementar la incorporación de nuevos miembros, asociaciones, confederaciones, etc., tanto nacionales como extranjeros.

Entre los fines de la Asociación, tal y como figura en sus Estatutos, se hallan los siguientes:

- Proponer y solicitar de los organismos públicos y semipúblicos cuantas resoluciones se juzguen necesarias para la defensa y desarrollo de la industria y comercio de software de entretenimiento, aportando ante dichos organismos cuantos informes y datos se consideren necesarios para la resolución de los problemas que tenga planteados la Asociación o alguno de sus miembros.
- Defender los intereses de las empresas de software de entretenimiento ante las distintas personas físicas o jurídicas, agrupaciones, asociaciones, corporaciones u otros organismos nacionales o extranjeros, vinculados a la industria o afines a la misma.
- Promover, fomentar y publicar los informes y estudios sobre los temas y problemas que afecten a la industria del software de entretenimiento.
- Establecer y mantener relaciones y colaboraciones o, si se considera oportuno, la afiliación, unión o adhesión con todo tipo de federaciones, confederaciones, asociaciones o cualesquiera otras entidades, constituidas o que se constituyan en el futuro, tanto de ámbito nacional como autonómico o internacional, consideradas convenientes para la mejor defensa y promoción de los intereses de los asociados.
- Representar los intereses y derechos de los asociados en los casos de usurpación, defraudación y/o falsificación de la Propiedad Intelectual o Industrial.

ORGANIZACIÓN

La Asamblea General, el Comité Directivo y el Secretario General son los órganos de gobierno de la Asociación y ostentan la representación, la gestión y la administración de la entidad. Las personas que han de regir la Asociación son elegidas entre sus socios mediante votación secreta, personal y directa.

Las empresas integradas en aDeSe están representadas en la Asamblea General, órgano superior de la Asociación, entre cuyos miembros es elegido el Comité Directivo. Cada una de las compañías asociadas a aDeSe cuenta con un voto, de manera que todos sus miembros ostentan la misma capacidad en la adopción de las decisiones relativas a la representación, gestión y defensa de los intereses de la Asociación.

El Comité Directivo, cuyo mandato tiene una duración de un año, está formado por:

PRESIDENTE:

D. Alberto González Lorca (ATARI)

VICEPRESIDENTE:

**D. James Armstrong
(SONY COMPUTER ENTERTAINMENT)**

TESORERO:

D. Rafael Martínez-Avial (ELECTRONIC ARTS)

VOCALES:

**D. Antonio Temprano (UBISOFT)
D. Ignacio Pérez (PROEIN)
D. Jesús Alonso (FX INTERACTIVE)
D. Miguel Postigo (MICROSOFT)**

SECRETARIO GENERAL:

D. Carlos Iglesias

ACTIVIDADES

Uno de los principales objetivos de aDeSe consiste en la difusión del conocimiento de la

industria. En este sentido, ha realizado estudios que ponen de manifiesto la aceptación social del videojuego como entretenimiento.

Entre las actividades que la Asociación realizó durante 2004 destaca la entrega de los Galardones aDeSe, que premian a las compañías que obtienen el mayor número de unidades vendidas. Esta distinción queda materializada en un disco de oro al superar las 40.000 copias, de platino al superar las 80.000 copias y de doble platino al superar las 160.000 copias vendidas por título en cada plataforma. Esta iniciativa pretende ser un reconocimiento a las compañías acreedoras del galardón, además de un elemento de promoción del propio juego.

aDeSe proyecta fomentar un desarrollo local de la industria, promocionando acuerdos con universidades y escuelas que posean planes de estudio dirigidos al sector profesional y pretende seguir potenciando la lucha contra la piratería mediante la concienciación de la sociedad acerca de los perjuicios que ésta causa.

RELACIONES CON OTRAS ENTIDADES Y ORGANISMOS

Dentro de la actividad desarrollada para la defensa de los intereses de la industria del software de entretenimiento, aDeSe está vinculada con una serie de entidades y organismos cuya actividad representa un apoyo en esta labor.

LUCHA CONTRA LA PIRATERÍA

Se trata de una de las labores fundamentales de aDeSe. En este marco, la Asociación, desde su constitución, viene apoyando activamente a la Federación para

la protección de la propiedad intelectual de la obra audiovisual (FAP). Además, y desde el año pasado, aDeSe forma parte de la Asociación Española de Derecho de la Propiedad Intelectual (AEDPI), con la que organiza periódicamente acciones informativas conjuntas sobre temas relacionados con la defensa de la propiedad intelectual en la industria del videojuego.

AUTORREGULACIÓN

Las empresas que forman parte de aDeSe dan mucha importancia a la autorregulación del sector, lo que condujo a la creación del código aDeSe, ahora sustituido por el código PEGI.

Como representante de la industria local ante los consumidores, las instituciones y la sociedad en general, aDeSe es la única entidad encargada de la implementación, difusión y control del sistema de calificación de los videojuegos distribuidos en nuestro país.

En este sentido, aDeSe viene desarrollando una estrecha colaboración con el Instituto Nacional del Consumo, materializada en una Comisión de Seguimiento que está integrada por representantes del Consejo de Consumidores y Usuarios, Asociaciones de Padres de Familia, el Instituto de Cinematografía y Artes Audiovisuales, y el propio Instituto Nacional del Consumo y la industria.

Las funciones de esta Comisión son de seguimiento, vigilancia y control, así como de actuación como Comité de Apelación ante las denuncias que se planteen por supuestas infracciones al Código de conducta de la industria europea del software interactivo relativas a la clasificación por edades, el etiquetado, la

promoción y la publicidad de productos de software interactivo.

Asimismo, en el marco de la difusión del código PEGI, aDeSe está colaborando de forma regular con revistas especializadas, con canales de distribución y con instituciones especialmente preocupadas por la infancia, como es el caso del Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid. Se han firmado varios acuerdos fruto de esta colaboración y se están desarrollando iniciativas dirigidas a una mayor y mejor comunicación al consumidor en aras de fomentar la protección del menor.

Por otra parte, plenamente consciente de la importancia de la autorregulación publicitaria, aDeSe ha decidido subscribirse a Autocontrol, cuyos principios comparte, mostrando su responsabilidad, voluntad de compromiso y seria preocupación por informar al público en general sobre el contenido de los productos de software interactivo, proporcionar una información objetiva, inteligible y fiable acerca de la edad adecuada para cada producto, y garantizar la conformidad de cualquier actividad de publicidad o promoción con la finalidad básica de informar sobre el contenido de dichos productos, de una forma responsable y respetuosa con la dignidad humana.

Esta actitud de compromiso se plasmó en el primer Código de Conducta Local, presentado en diciembre del año 2000; en el llamado Código de aDeSe y ha sido ratificado en el nuevo Código de Conducta de la Industria Europea del Software Interactivo, relativo a la clasificación por edades, el etiquetado, la promoción y la publicidad de productos de software interactivo.

Recientemente aDeSe ha decidido reforzar su compromiso de responsabilidad en sus comunicaciones comerciales, para lo que está trabajando en el desarrollo de un convenio con AUTOCONTROL, a través del cual precisar y ampliar el alcance de las obligaciones aplicables a la publicidad y promoción de productos de software interactivo.

VINCULACIÓN CON LA INDUSTRIA EUROPEA

aDeSe mantiene una estrecha relación con la industria europea a través de la participación y contribución con asociaciones europeas, especialmente con la Interactive Software Federation of Europe (ISFE) de la que es miembro de pleno derecho, así como mediante la realización de estudios y la difusión de los mismos para un mejor conocimiento del sector.

Acerca de ISFE

Entre los objetivos de la Interactive Software Federation of Europe (ISFE) destacan:

- La representación de la industria de software interactivo a nivel internacional.
- La promoción de la industria de software a nivel europeo y mundial y la protección de sus derechos conforme a la legislación efectiva.
- La participación de sus miembros en iniciativas políticas y legales de instituciones internacionales europeas en campos como la propiedad intelectual, el comercio electrónico, la lucha contra la piratería, las negociaciones de la OMC, la protección a los menores o la protección del medio ambiente.
- La generación de conocimiento acerca de la industria europea de software como

elemento clave de la economía y como nuevo vector de la cultura europea.

- La protección de los menores, proporcionando información a los potenciales compradores sobre el contenido de los productos de la industria, y sobre las diferentes categorías de edad indicadas para su consumo responsable.
- La obtención de datos de investigación de mercados y desarrollos legislativos y técnicos de todas clases, como fuente de información para sus miembros. Así como la difusión de información acerca de la industria de software a partir de comunicados de prensa y seminarios.

LAS EMPRESAS INTEGRADAS EN aDeSe

En la actualidad, aDeSe está compuesta por las empresas que figuran a continuación, que representan más del 85% de las unidades de videojuegos distribuidas en el mercado español.

ACTIVISION

ATARI

ELECTRONIC ARTS

FX INTERACTIVE

FRIEND WARE

MICROSOFT

NOKIA

PLANETA DE AGOSTINI INTERACTIVE
PROEIN

SONY COMPUTER ENTERTAINMENT

TAKE TWO INTERACTIVE

THQ

UBISOFT

VIRGIN PLAY

VIVENDI UNIVERSAL GAMES

Galardones aDeSe 2004

aDeSe celebró en marzo de 2004 la tercera edición de sus Galardones, que premian los videojuegos más vendidos en España. Esta distinción queda materializada en un disco de oro al superar las 40.000 copias, o de platino al superar las 80.000 copias vendidas por título en cada plataforma. El pasado año, el éxito conseguido por algunos títulos hizo necesaria la creación de un nuevo Galardón: el de Doble Platino (160.000 copias vendidas).

La última entrega se destacó por la buena

salud del sector, ya que el número de videojuegos galardonados ascendió un 40% con respecto a la edición de 2003. En total, 38 videojuegos fueron premiados: 3 de ellos consiguieron un Galardón de Doble Platino, 13 un Galardón de Platino y 22 un Galardón de Oro.

Tres videojuegos "repitieron": FIFA 2003, que había conseguido ya tres galardones en la edición de 2003, se llevó otros tres en la de 2004, entre ellos uno de Doble Platino. Harry Potter



Galardonados 2004

y la cámara secreta obtuvo un nuevo Galardón de Platino, tras los cinco de la edición del año anterior. En cuanto a The Getaway, sumó un nuevo Galardón de Platino al de Oro conseguido en el año 2003. Otras sagas continuaron estando presentes como es habitual entre los premiados: es el caso de El Señor de los Anillos (este año con dos Galardones, uno de ellos de Doble Platino), Comandos, FIFA, Medal of Honor, NBA Live, Los Sims o World Rally Championship.

Las últimas innovaciones tecnológicas del mundo

del videojuego también estuvieron presentes en la entrega de los Galardones. La técnica revolucionaria de Eye Toy Play, que permite al jugador proyectarse dentro del juego, consiguió un Galardón de Platino.

Electronic Arts obtuvo un total de dieciséis Galardones. Por su parte, Sony Computer Entertainment se alzó con siete Galardones y Proein con seis. Atari y Ubisoft se llevaron tres Galardones cada una. FX Interactive, consiguió dos Galardones y Vivendi Universal Games, uno.

LOS GALARDONADOS DE LA EDICIÓN 2004

Los 38 títulos premiados en la edición 2004 de los Galardones aDeSe fueron los siguientes:

COMPañIA	TÍTULO	PLATAFORMA	GALARDON
ACCIÓN			
Atari	Enter the Matrix	PS2	Platino
Atari	Dragon Ball Z Budokai	PS2	Oro
Atari	Dragon Ball Z Budokai 2	PS2	Oro
Electronic Arts	El Señor de los Anillos: El retorno del rey	PS2	Doble platino
Electronic Arts	El Señor de los Anillos: El retorno del rey	PC	Oro
Electronic Arts	Medal of Honor Rising Sun	PS2	Platino
Proein	Tomb Raider: El ángel de la oscuridad	PS2	Oro
Proein	True Crime: Streets of LA	PS2	Oro
Sony Computer Entertainment	The Getaway	PS2	Platino
Sony Computer Entertainment	Time Crisis 3	PS2	Oro
Ubisoft	Tom Clancy's Splinter Cell	PS2	Oro
AVENTURA			
Electronic Arts	Harry Potter y la cámara secreta	PS2	Platino
Proein	Buscando a Nemo	Gba	Oro
Proein	Buscando a Nemo	PS2	Oro
Sony Computer Entertainment	Jak II El Renegado	PS2	Oro
Ubisoft	CSI: Crime Scene Investigation	PC	Oro
Ubisoft	Prince of Persia: Las Arenas del Tiempo	PS2	Oro
CARRERAS			
Electronic Arts	Need for speed: underground	PS2	Platino
Sony Computer Entertainment	Formula One 2003	PS2	Platino
Sony Computer Entertainment	Moto GP3	PS2	Platino
Sony Computer Entertainment	World Rally Championship 3	PS2	Oro
Vivendi Universal Games	The Simpsons Hit&Run	PS2	Oro

COMPAÑIA	TITULO	PLATAFORMA	GALARDON
DEPORTES			
Electronic Arts	FIFA Football 2003	PS2	Doble Platino
Electronic Arts	FIFA Football 2003	PS/PSONE	Platino
Electronic Arts	FIFA Football 2003	PC	Platino
Electronic Arts	FIFA Football 2004	PS2	Doble platino
Electronic Arts	FIFA Football 2004	PS/PSONE	Oro
Electronic Arts	FIFA Football 2004	PC	Oro
Electronic Arts	NBA Live 2003	PS2	Oro
Electronic Arts	NBA Live 2004	PS2	Oro
ESTRATEGIA			
Electronic Arts	Los SIMS	PS2	Oro
Electronic Arts	Los SIMS Magia Potagia	PC	Platino
Electronic Arts	Los SIMS Superstar	PC	Platino
FX Interactive	Imperivm II: La conquista de Hispania	PC	Platino
FX Interactive	Patrician III: Imperio de los Mares	PC	Oro
Proein	Commandos 3 Destination Berlin	PC	Oro
Proein	Praetorians	PC	Oro
INNOVACION TECNOLOGICA			
Sony Computer Entertainment	Eye toy: Play	PS2	Platino

PLATAFORMAS
PC: Personal Computer
GBA: GameBoy Advance
PS/PSONE: PlayStation
PS2: PlayStation 2



Datos del sector

DATOS DEL SECTOR ECONÓMICOS

SITUACIÓN DE LA INDUSTRIA ESPAÑOLA

Los desarrolladores de videojuegos españoles continúan cosechando éxitos, pese a las numerosas carencias económicas y estructurales de un sector aún no totalmente establecido.

La empresa Pyro Studios es sinónimo de la creación de videojuegos en España, tras el aplastante éxito internacional de la saga Comandos y la notable acogida de su otro hit parade, Praetorians.

FX Interactive es una compañía independiente dedicada a crear y editar juegos para ordenador. Con sedes en Madrid y Milán, funciona de forma combinada en España e Italia, y realiza acuerdos de licencia a nivel internacional.

Planeta DeAgostini Interactive, además de la distribución de títulos de primeras marcas mundiales, actualmente contempla en la División, la financiación y el desarrollo de productos de ocio in-house. En el presente año ha rescatado un clásico: PC Fútbol, cuya versión 2005 de la mano de Gaelco Multimedia hará realidad una experiencia esperada desde hacía tiempo por sus incondicionales forofos.

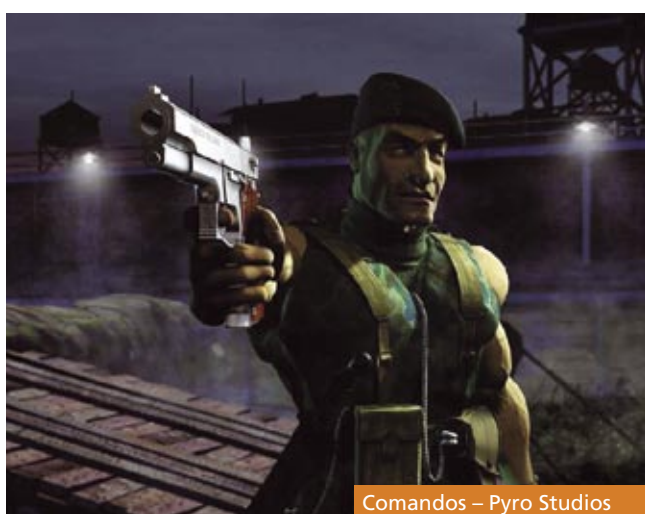
Ya pasó el tiempo, no tan lejano, en el que una persona podía crear un videojuego de éxito en el garaje o en el salón de su casa. La industria del videojuego en España reclama un cierto equilibrio entre el consumo y el desarrollo; actualmente el abismo entre ambos conceptos convierte el mercado español en un mercado básicamente de distribución, no de desarrollo. La de los videojuegos es una industria aún emergente en nuestro país, que actualmente genera en torno a 5.000 puestos de trabajo y muestra un enorme potencial de desarrollo y crecimiento futuros.

El 90% de los videojuegos que se venden en España se fabrican en el extranjero. Así pues, los españoles que quieren dedicarse a trabajar en el mundo de los videojuegos, en muchas ocasiones, lo tienen más sencillo en una empresa extranjera que en una local.

En España no existe aún una industria estructurada de desarrollo de videojuegos. Destaca una gran compañía, Pyro Studios, con una plantilla de aproximadamente 100 personas, actualmente en proceso de ampliación, y pequeñas empresas que con coraje y mucho mérito intentan abrirse un hueco con más o menos fortuna.

Especialmente significativo es el esfuerzo que vienen realizando la mayoría de las compañías en lo referente a la localización y al doblaje de sus productos. El primer concepto, lo que

entendemos por la traducción del videojuego, permite una perfecta comunicación del usuario con el entorno en el que se desarrolla la experiencia interactiva. Esta adaptación al usuario, también compete a los manuales, que en ocasiones son verdaderos “tratados”, así como al sistema operativo y al interfaz gráfico. En cuanto al doblaje, hábito heredado del cine, las compañías ponen especial esfuerzo en contar con las voces de profesionales reconocidos en sus respectivas áreas de trabajo. Ambas tareas exigen una cualificación

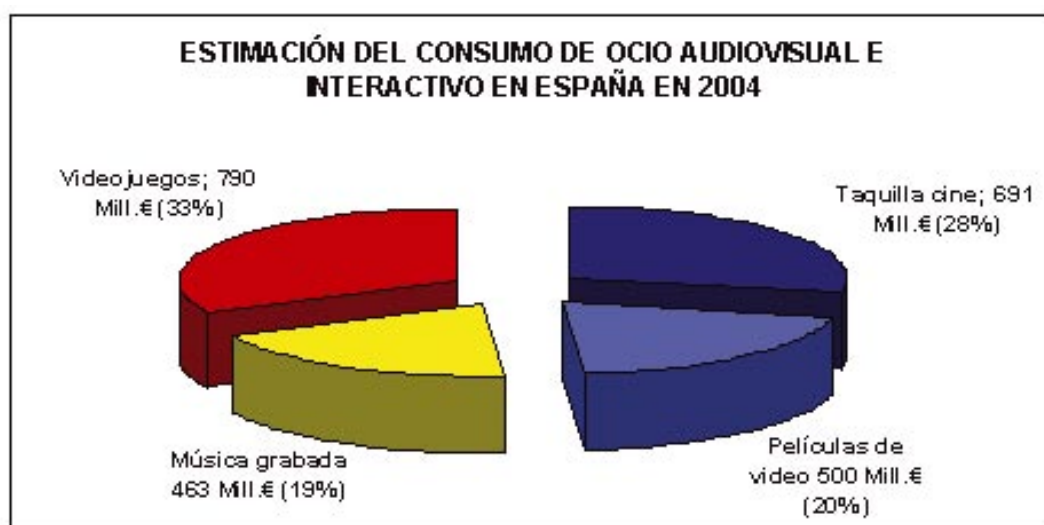


profesional de elevada especialización, sobre todo en el campo de la localización, por lo que suponen una fuerte inversión de recursos económicos y fomentan la creación de empleo especializado.

RESULTADOS 2004 EN ESPAÑA

La industria española de videojuegos alcanzó una facturación de 790 millones de Euros en el pasado ejercicio 2004, por delante de otros sectores de entretenimiento como el cine, el vídeo o la música grabada.

Estos datos indican que en 2004 la facturación de la industria del videojuego fue la más alta de las denominadas de ocio audiovisual e interactivo en España, seguida por la de las taquillas de cine, con 691 millones de euros, y la de las películas de video, con 500 millones de euros. En cuanto a la facturación de la música grabada, ésta ha descendido hasta los 463 millones de euros⁽¹⁾.



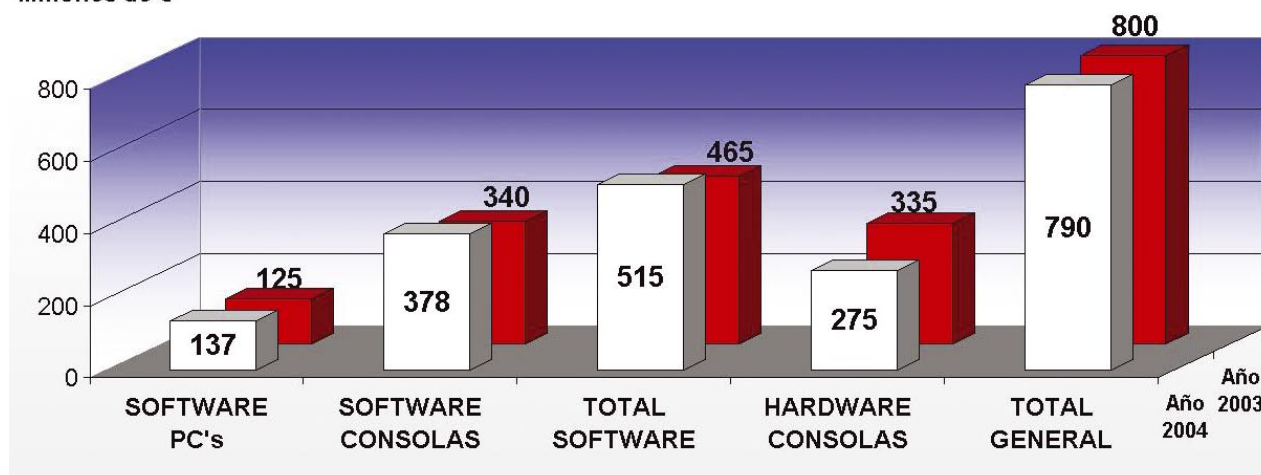
(1) Fuente: Ministerio de Cultura y SGAE

Destaca el incremento producido durante el año 2004 en las ventas de software, que han alcanzado una facturación global de 515 millones de Euros; un 10,8% más que en el año

2003. Las consolas continúan siendo líderes en el mercado de videojuegos y un año más han logrado incrementos en el número de unidades vendidas, alcanzando 1.764.000 máquinas.

CONSUMO DE VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA EN 2004

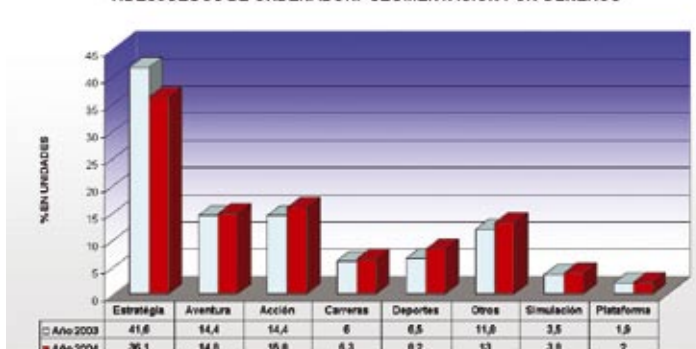
Millones de €



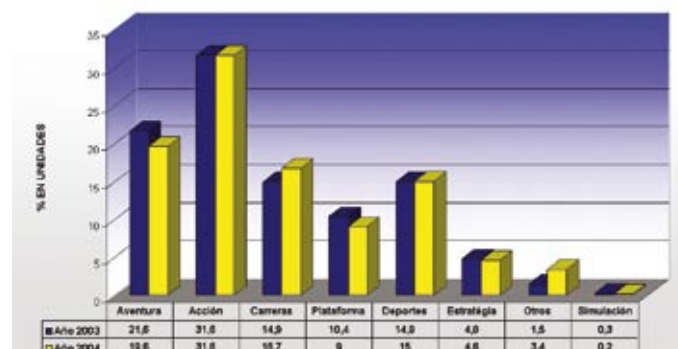
En el contexto europeo, España se sitúa en cuarto lugar en lo que se refiere a consumo de software interactivo y venta de consolas, por detrás de países como Reino Unido, Alemania o Francia. No ocurre lo mismo con el número de estudios de desarrollo de videojuegos, un mercado generador de empleo y con gran capacidad de desarrollo en el que nuestro país se encuentra a la cola de los países europeos, concretamente en décimo lugar, por detrás de Holanda, Bélgica o Italia.

Respecto a los videojuegos, se sitúan a la cabeza los específicos para consolas, que representan el 73% del total de los consumidos en España durante el 2004, frente al 27% representado por los videojuegos específicos para PC. Los videojuegos más vendidos para consolas son los de acción con un 31,6%, seguidos por los de aventura (19,6%), carreras (16,7%) y deportes (15%). En el mercado de videojuegos para PC, en cambio, dominan los juegos de estrategia, con un 36,1%, seguidos de los de acción (15,8%), aventura (14,8%) y deportes (8,2%).

VIDEOJUEGOS DE ORDENADOR: SEGMENTACIÓN POR GENEROS



VIDEOJUEGOS DE CONSOLAS: SEGMENTACIÓN POR GENEROS



LOS 10 TÍTULOS MÁS VENDIDOS EN 2004 EN ESPAÑA

	PLATAFORMA	TÍTULO	DISTRIBUIDOR	GÉNERO	EDAD
1	PS2	Grand Theft Auto: San Andreas	TAKE 2	Acción / Combate	18+
2	PS2	PRO Evolution Soccer 4	KONAMI	Deportes	3+
3	GBA	Pokemon Rojo Fuego	NINTENDO	Aventura gráfica / RPG	3+
4	PC	Los Sims 2	ELECTRONIC ARTS	Estrategia	7+
5	GBA	Pokemon Verde Hoja	NINTENDO	Aventura gráfica / RPG	3+
6	PS2	Need For Speed: Underground 2	ELECTRONIC ARTS	Coches / Carreras	3+
7	PS2	Driver 3 (Driv3r)	ATARI	Coches / Carreras	16+
8	PS2	FIFA Football 2005	ELECTRONIC ARTS	Deportes	3+
9	PS2	PRO Evolution Soccer 3 Platinum	KONAMI	Deportes	3+
10	PS2	Formula One 2004	SONY COMPUTER ENTERTAINMENT	Coches / Carreras	3+

LOS MÁS VENDIDOS EN ESPAÑA POR MESES

ENERO			FEBRERO		
RK	Edad	Título	RK	Edad	Título
1	12+	SEÑOR ANILLOS: RETORNO REY (PS2)	1	12+	FINAL FANTASY X-2 (PS2)
2	3+	FIFA FOOTBALL 2004 (PS2)	2	3+	NEED FOR SPEED: UNDERGROUND (PS2)
3	12+	MEDAL OF HONOR: RISING SUN (PS2)	3	3+	PRO EVOLUTION SOCCER 3 (PS2)
4	3+	PRO EVOLUTION SOCCER 3 (PS2)	4	3+	FIFA FOOTBALL 2004 (PS2)
5	12+	IMPERIVM II, CONQ. HISPANIA (PC)	5	12+	SEÑOR ANILLOS: RETORNO REY (PS2)
6	12+	PRINCE OF PERSIA: ARENAS T. (PS2)	6	12+	MEDAL OF HON.FRONTL.PLATINUM (PS2)
7	7+	LOS SIMS TOMAN LA CALLE (PC)	7	3+	SONIC HEROES (PS2)
8	3+	NEED FOR SPEED: UNDERGROUND (PS2)	8	12+	IMPERIVM II, CONQ. HISPANIA (PC)
9	7+	LOS SIMS: MAGIA POTAGIA (PC)	9	18+	GTA VICE CITY PLATINUM (PS2)
10	12+	MEDAL OF HON.FRONTL.PLATINUM (PS2)	10	12+	SEÑOR ANILLOS 2 T. PLATINUM (PS2)

MARZO			ABRIL		
RK	Edad	Título	RK	Edad	Título
1	12+	FINAL FANTASY X-2 (PS2)	1	3+	NEED FOR SPEED: UNDERGROUND (PS2)
2	12+	BOND: TODO O NADA (PS2)	2	3+	PRO EVOLUTION SOCCER 3 (PS2)
3	12+	FINAL FANTASY:CRYSTAL CHRONICLES (PS2)	3	12+	FINAL FANTASY X-2 (PS2)
4	3+	NEED FOR SPEED: UNDERGROUND (PS2)	4	16+	COUNTER STRIKE: CONDITION ZERO (PC)
5	3+	FORMULA ONE 2003 (PS2)	5	3+	FORMULA ONE 2003 (PS2)
6	3+	PRO EVOLUTION SOCCER 3 (PS2)	6	3+	ESTO ES FUTBOL 2004 (PS2)
7	18+	GTA VICE CITY PLATINUM (PS2)	7	3+	FIFA FOOTBALL 2004 (PS2)
8	3+	FIFA FOOTBALL 2004 (PS2)	8	18+	GTA VICE CITY PLATINUM (PS2)
9	12+	SEÑOR ANILLOS: RETORNO REY (PS2)	9	12+	BOND: TODO O NADA (PS2)
10	12+	MEDAL OF HON.FRONTL.PLATINUM (PS2)	10	3+	POKEMON ZAFIRO (GBA)

MAYO			JUNIO		
RK	Edad	Título	RK	Edad	Título
1	3+	PRO EVOLUTION SOCCER 3 PLATINUM (PS2)	1	3+	PRO EVOLUTION SOCCER 3 PLATINUM (PS2)
2	3+	POKEMON COLOSSEUM + MEMORY C. 59 (GCUBE)	2	3+	HARRY P. Y PRISIONERO DE AZKABAN (PS2)
3	3+	FORMULA ONE 2003 (PS2)	3	16+	DRIVER 3 (DRIV3R) (PS2)
4	3+	NEED FOR SPEED: UNDERGROUND (PS2)	4	3+	SINGSTAR (PS2)
5	18+	GTA VICE CITY PLATINUM (PS2)	5	3+	HARRY POTTER Y EL PRISIONERO DE AZKABAN (GBA)
6	3+	POKEMON RUBI (GBA)	6	3+	SMASH COURT TENNIS PRO TOURN. 2 (PS2)
7	3+	POKEMON ZAFIRO (GBA)	7	18+	GTA VICE CITY PLATINUM (PS2)
8	3+	FIFA FOOTBALL 2004 (PS2)	8	3+	GRAN TURISMO 4 "PROLOGUE" (PS2)
9	3+	UEFA EURO 2004 (PS2)	9	3+	UEFA EURO 2004 (NON PC)
10	3+	GRAN TURISMO 3 PLATINUM (PS2)	10	3+	POKEMON ZAFIRO (GBA)

JULIO			AGOSTO		
RK	Edad	Título	RK	Edad	Título
1	16+	DRIVER 3 (PS2)	1	3+	FORMULA ONE 2004 (PS2)
2	12+	SACRED: LA LEYENDA DEL ARMA SAGRADA (PC)	2	3+	ATHENS 2004 (PS2)
3	3+	FORMULA ONE 2004 (PS2)	3	3+	PRO EVOLUTION SOCCER 3 PLATINUM (PS2)
4	3+	PRO EVOLUTION SOCCER 3 PLATINUM (PS2)	4	12+	SACRED: LA LEYENDA DEL ARMA SAGRADA (PC)
5	12+	SPIDER-MAN 2 (PS2)	5	12+	SPIDER-MAN 2 (PS2)
6	3+	ATHENS 2004 (PS2)	6	16+	DRIVER 3 (DRIV3R) (PS2)
7	7+	SINGSTAR (PS2)	7	18+	GTA VICE CITY PLATINUM (PS2)
8	18+	GTA VICE CITY PLATINUM (PS2)	8	18+	DOOM III (PC)
9	3+	HARRY POTTER Y EL PRISIONERO DE AZKABAN (PS2)	9	3+	BURNOUT 2:POINT I. PLATINUM (PS2)
10	3+	SHREK 2 (PS2)	10	3+	SPIDER-MAN 2 (GBA)

SEPTIEMBRE			OCTUBRE		
RK	Edad	Título	RK	Edad	Título
1	7+	LOS SIMS 2 (PC)	1	3+	PRO EVOLUTION SOCCER 4 (PS2)
2	3+	FORMULA ONE 2004 (PS2)	2	3+	POKEMON ROJO FUEGO (GBA)
3	7+	THE SIMPSONS: HIT& RUN PLATINUM (PS2)	3	3+	POKEMON VERDE HOJA (GBA)
4	3+	ATHENS 2004 (PS2)	4	18+	GRAND THEFT AUTO: SAN ANDREAS (PS2)
5	3+	NEED FOR SPEED: UNDERGROUND PLATINUM (PS2)	5	3+	FIFA FOOTBALL 2005 (PS2)
6	18+	GTA VICE CITY PLATINUM (PS2)	6	7+	LOS SIMS 2 (PC)
7	12+	SACRED: LA LEYENDA DEL ARMA SAGRADA (PC)	7	3+	NEED FOR SPEED: UNDERGROUND PLATINUM (PS2)
8	3+	PRO EVOLUTION SOCCER 3 PLATINUM (PS2)	8	12+	IMPERIVM II, CONQ. HISPANIA PREMIUM (PC)
9	16+	DRIVER 3 (DRIV3R) (PS2)	9	12+	MEDAL OF HONOR: RISING SUN PLATINUM (PS2)
10	12+	DRAGON BALL Z: BUDOKAI 2 PLATINUM (PS2)	10	3+	ATHENS 2004 (PS2)

NOVIEMBRE			DICIEMBRE		
RK	Edad	Título	RK	Edad	Título
1	18	GRAND THEFT AUTO: SAN ANDREAS (PS2)	1	18	GRAND THEFT AUTO: SAN ANDREAS (PS2)
2	3	PC FUTBOL 2005 (PC)	2	3	NEED FOR SPEED: UNDERGROUND 2 (PS2)
3	3	PRO EVOLUTION SOCCER 4 (PS2)	3	3	PRO EVOLUTION SOCCER 4 (PS2)
4	3	NEED FOR SPEED: UNDERGROUND 2 (PS2)	4	3	EYE TOY: PLAY 2 + CAMARA (PS2)
5	3	POKEMON ROJO FUEGO (GBA)	5	3	POKEMON ROJO FUEGO (GBA)
6	3	POKEMON VERDE HOJA (GBA)	6	3	FIFA FOOTBALL 2005 (PS2)
7	3	FIFA FOOTBALL 2005 (PS2)	7	7	LOS SIMS 2 (PC)
8	7	LOS SIMS 2 (PC)	8	7	LOS INCREIBLES (PS2)
9	18	HALF-LIFE 2 (PC)	9	3	POKEMON VERDE HOJA (GBA)
10	12	IMPERIVM II, CONQ. HISPANIA PREMIUM (PC)	10	3	PC FUTBOL 2005 (PC)

REPARTO DEL MERCADO DE VIDEOJUEGOS A NIVEL MUNDIAL

Los datos anuales para el 2004 continúan en la misma línea que en el año anterior. Asia y Estados Unidos siguen siendo las dos grandes potencias en la venta de videojuegos, aunque la presencia del mercado europeo

cada vez es más relevante. Europa representa un 24% de las ventas mundiales, mientras que Norteamérica con un nivel poblacional menor representa un 35%. Muy por encima de ambos, Asia con un 40 % del total y con grandes perspectivas de crecimiento debidas a la previsible incorporación del mercado Chino.

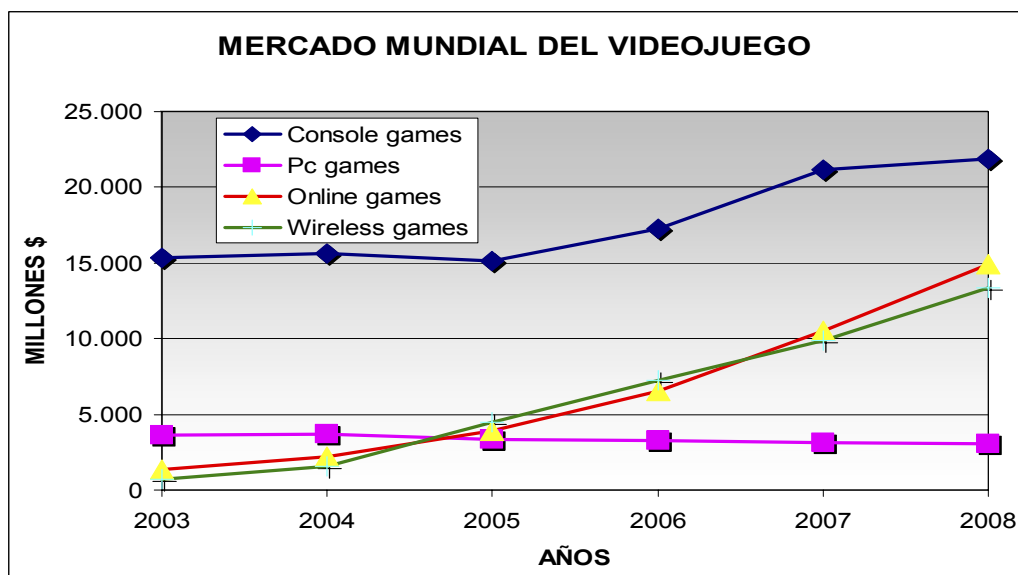
MERCADO DE VIDEOJUEGOS 2003-2008 (ESTIMACIÓN 2004-2008), EN MILLONES DE DÓLARES

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Norteamérica						
Juegos Consola	5.794	5.890	5.670	6.500	7.820	8.040
Juegos PC	1.206	1.251	1.125	1.125	1.068	1.046
Juegos Online	420	662	1.152	1.692	2.622	3.375
Juegos para móviles	142	301	1.202	1.680	2.232	2.837
Total	7.562	8.104	9.149	10.997	13.742	15.298
Europa, Medio Este, África						
Juegos Consola	3.611	3.688	3.620	4.094	4.974	5.190
Juegos PC	939	951	925	914	890	866
Juegos Online	302	548	871	1.706	2.784	4.086
Juegos para móviles	208	408	996	1.935	2.835	3.948
Total	5.060	5.595	6.412	8.649	11.483	14.090

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Asia / Pacífico						
Juegos Consola	5.920	6.052	5.823	6.680	8.400	8.625
Juegos PC	1.472	1.518	1.300	1.249	1.167	1.120
Juegos Online	630	1.020	1.881	3.168	5.115	7.470
Juegos para móviles	367	845	2.295	3.605	4.800	6.600
Total	8.389	9.435	11.299	14.702	19.482	23.815
Total						
Juegos Consola	15.325	15.630	15.113	17.274	21.194	21.855
Juegos PC	3.617	3.720	3.350	3.288	3.125	3.032
Juegos Online	1.352	2.230	3.904	6.566	10.521	14.931
Juegos para móviles	717	1.554	4.493	7.220	9.867	13.385
Total	21.011	23.134	26.860	34.348	44.707	53.203

Fuente: OECD, adaptado de PwC

MERCADO DE VIDEOJUEGOS MUNDIAL 2003-2008 (ESTIMADO)



Fuente: OECD, adaptado de PwC

EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE VIDEOJUEGOS EN EUROPA

Desde sus inicios, la industria de los videojuegos en Europa ha avanzado de manera cíclica. En los próximos años, se mantendrá el interés de los consumidores gracias a la llegada de una nueva generación de consolas domésticas, a la mayor calidad en los gráficos de los videojuegos - que se parecerán cada vez más a las imágenes fotográficas - y a las atractivas funcionalidades multimedia que incluirán las consolas, como reproductores

de DVD's o conexiones mejoradas para el juego on-line. La próxima aparición de consolas sucesoras de las actuales y de nuevos videojuegos contribuirá a revitalizar el mercado.

REINO UNIDO

El mercado del videojuego en el Reino Unido ha experimentado un crecimiento superior al 100% durante los últimos años. Actualmente ocupa el tercer lugar en el ranking de mercados mundiales, después de Estados Unidos y Japón. En el Reino Unido

se encuentran establecidas 270 compañías, que emplean a más de 20.000 personas. Las personas dedicadas exclusivamente al desarrollo de videojuegos suman 8.000, localizándose en este país la comunidad de desarrolladores más grande de Europa. El apoyo a la industria del videojuego por parte del gobierno británico es muy significativo, favoreciéndose la inversión y la entrada de estas compañías en las redes de comercio exterior.

ALEMANIA

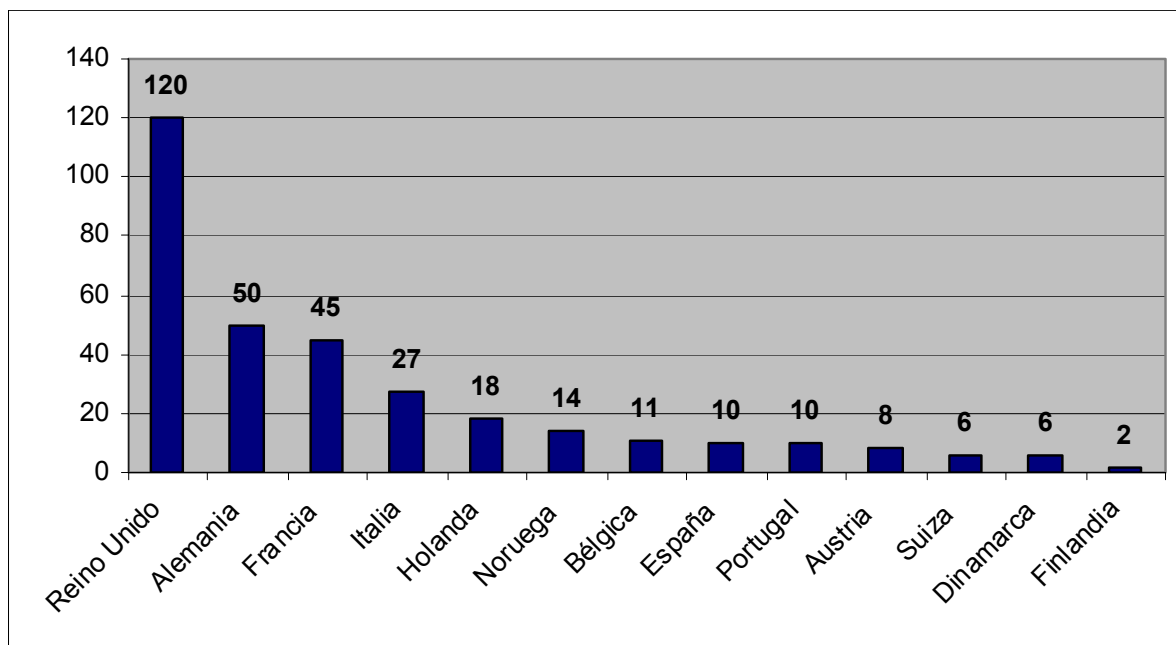
El mercado alemán de videojuegos es el segundo en importancia en Europa. La industria alemana destaca especialmente en la producción de juegos de simulación. A diferencia del resto de los países de la Unión Europea, en los que el consumo se distribuye mayoritariamente en videojuegos

de Consola, en Alemania el consumo de videojuegos para PC es del 44%, y el 56% para videojuegos de consola.

FRANCIA

El tercer lugar en el ranking del mercado de videojuegos europeo le corresponde a Francia. Los editores franceses tienen una cuota global de mercado de alrededor del 20% y el número de personas empleadas en desarrollo por las diferentes compañías en este país se sitúa en torno a las 2.600. Compañías como Infogrames, Ubisoft y Vivendi Universal Games poseen especial relevancia en Francia aunque la presencia de firmas más pequeñas se ha visto limitada por problemas de capital riesgo. El gobierno, por su parte, está poniendo en práctica medidas encaminadas a potenciar esta industria de entretenimiento.

ESTUDIOS DE DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS POR PAÍSES EN EUROPA



Fuente: ISFE - 2004

EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE VIDEOJUEGOS EN NORTEAMÉRICA

ESTADOS UNIDOS

Según estimaciones de la ESA (Asociación de Software de Entretenimiento de EEUU) la facturación del mercado de videojuegos estadounidense para el año 2008 superará los 15 mil millones de dólares. Las compañías estadounidenses como Electronic Arts, Microsoft, Activision o Take-two, se encuentran a la cabeza de la industria de desarrollo del videojuego con títulos que representan el 44% del mercado mundial.

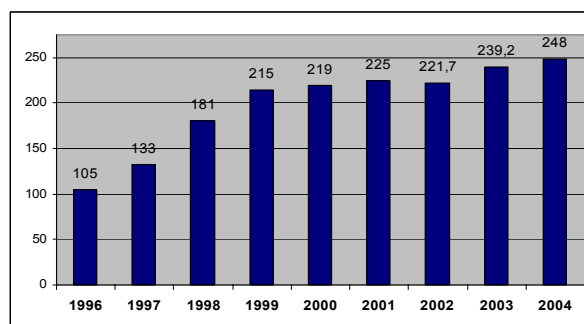
ACERCA DE ESA

La Entertainment Software Association (ESA), constituida en 1994, es la asociación de la industria del videojuego para consolas, PC e Internet en los EEUU. Las compañías miembros de la asociación representan más del 90% del mercado estadounidense de videojuegos.

Según datos de la ESA, los beneficios obtenidos por la industria del videojuego en los Estados Unidos durante el año 2004 superaron los 7,3 billones de dólares, cantidad a la que habría que sumar un billón más en concepto de exportaciones.

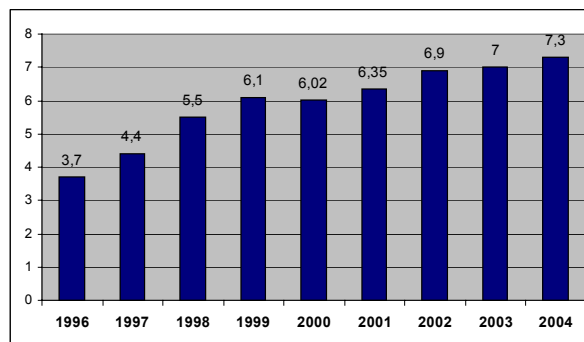
Además de la recopilación de datos sectoriales de la industria del videojuego en EEUU, la ESA también se encarga de la gestión de programas de piratería, de la realización de estudios de mercado, así como de la representación de la industria norteamericana a nivel local e internacional.

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE VIDEOJUEGOS (PC Y CONSOLAS) EN MILLONES DE UNIDADES



Fuente: ESA

VENTAS DE VIDEOJUEGOS PARA PC Y CONSOLAS (EN BILLONES DE DÓLARES)



Fuente: ESA

CANADÁ

Montreal y Vancouver son ciudades clave para la industria del videojuego canadiense pues presentan una posición estratégica para las compañías de Estados Unidos, Francia y Reino Unido. En estas ciudades, cerca de 1.000 personas trabajan en el desarrollo y edición de videojuegos, una actividad que el gobierno promueve activamente como herramienta para fomentar el empleo y las inversiones en la región.

EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE VIDEOJUEGOS EN EL PACÍFICO Y ASIA

AUSTRALIA

Melbourne es el centro regional para el desarrollo de videojuegos y sirve como casa matriz en el área del pacífico a numerosas compañías como Infogrames y THQ. Este desarrollo es consecuencia en gran medida del esfuerzo del gobierno australiano por potenciar la industria del videojuego, consciente de su capacidad de generación de riqueza y empleo.

JAPÓN

Japón representa al mayor productor y usuario de videojuegos en todos los segmentos existentes: Consola, PC, juego on-line y juegos para móviles. Se trata, por tanto, de un mercado muy maduro, con una proyección de crecimiento del 20% anual hasta 2008. Su industria es la

segunda más potente del mundo, detrás de la estadounidense, y en ella se encuentran las primeras compañías de desarrollo de videojuegos y de creación de consolas. Los títulos publicados por compañías japonesas representan el 35% del mercado mundial de videojuegos.

COREA

Aunque, en términos generales, la industria coreana del videojuego es pequeña, su industria on-line es especialmente fuerte, representando el 7% del mercado mundial en este segmento. Las exportaciones de juegos para móviles representan el 61% del total. Se calcula que las exportaciones coreanas de videojuegos alcanzarán en 2005 los 113 millones, con una saturación del mercado interno prevista para 2006-2007. Para ganar reconocimiento local, las firmas coreanas han establecido alianzas en el exterior y actualmente estudian expandirse por China y Asia del Sudeste en general.

DATOS DEL SECTOR: SOCIOLÓGICOS

RESULTADOS DEL ESTUDIO SOBRE HÁBITOS Y USOS DE LOS VIDEOJUEGOS

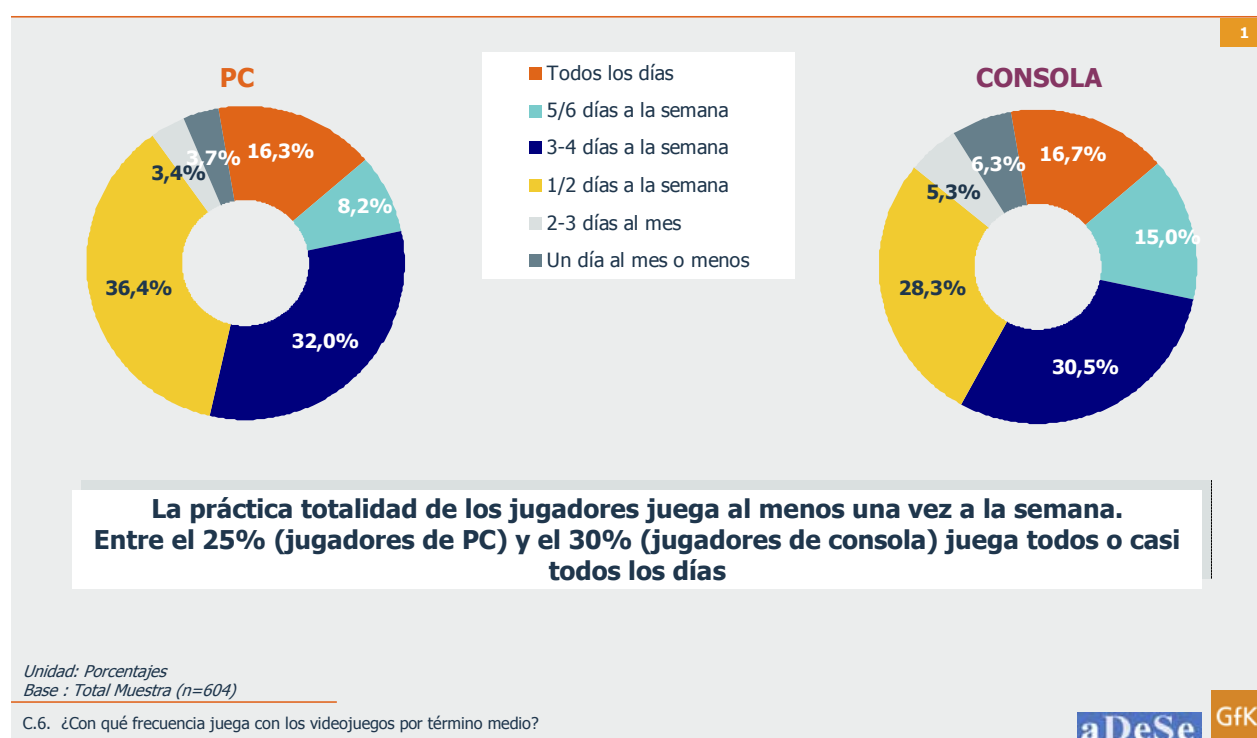
aDeSe presentó en Madrid, el Estudio de Hábitos y Usos de los Videojuegos, con el fin de dar a conocer a la sociedad el perfil de usuario de estos productos de entretenimiento.

Realizado por la consultora GfK Emer a lo largo del 2004 el estudio, que ha considerado como público objetivo a la población general española, muestra unos resultados de 8,5 millones de jugadores, que representan el 20,3% del total de población de nuestro país. Del total de jugadores, un 67% son hombres y un 33% mujeres.

Los resultados muestran cómo entre los consumidores habituales de videojuegos se encuentra un porcentaje superior de adolescentes y adultos que de niños, con una edad media situada entre los 14 y 34 años, según la muestra general, y entre los 25 y 34 años sólo para los jugadores en PC.

La práctica totalidad de los jugadores juega al menos una vez a la semana y entre el 25% (jugadores de PC) y el 30% (jugadores de consola) juega todos o casi todos los días. Los jóvenes y adultos subrayan, ante todo, el entretenimiento que supone jugar a videojuegos, mientras que los niños señalan la diversión como factor fundamental de uso.

Frecuencia de juego



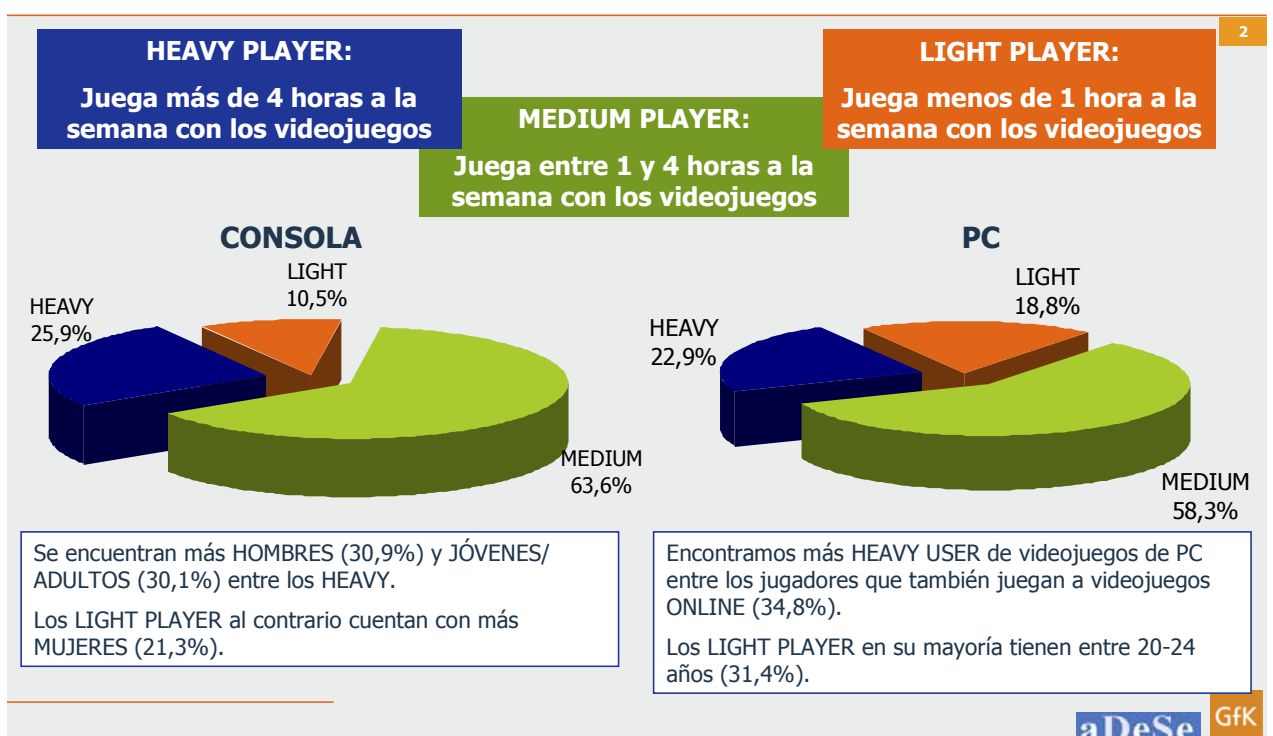
PERFIL DEL JUGADOR DE VIDEOJUEGOS DE PC

- Un tercio de los jugadores de PC también juega a videojuegos en red, en mayor medida que los jugadores de consola.
- De media, los jugadores de PC juegan 2,6 horas a la semana, significativamente menos que los jugadores de consola.
- En la elección de un videojuego, el factor más importante para el jugador de PC es que sea rápido, seguido del número de pantallas y del precio.
- Los jugadores on line valoran en primer lugar que puedan jugar varios jugadores a la vez.
- El jugador de videojuegos de PC tiene una media de 20 videojuegos en casa, un tercio de los cuales son originales y otro tercio copiados o descargados. Los jugadores on line son los que más juegos descargan.

PERFIL DEL JUGADOR DE VIDEOJUEGOS DE CONSOLA

- Entre los jugadores de Consola es donde se encuentra la mayor franja de niños entre 7 y 13 años.
- De media, los jugadores de Consola juegan tres horas a la semana; significativamente más tiempo que los jugadores de PC.
- Para el jugador de Consola, lo más importante a la hora de elegir un videojuego es el número de pantallas que tenga, seguido de la rapidez y el precio. Estos jugadores valoran más que los de PC al personaje principal y al resto de personajes.
- El jugador de Consola tiene una media de 17 videojuegos en casa, de los que más de la mitad son originales.
- Los jugadores de Consola son los que menos juegos copiados tienen, en general.

Jugadores según su Intensidad de Juego



ESPAÑA, EUROPA Y EEUU

Más de un millón y medio de niños menores de 13 años son jugadores de videojuegos en España, según datos aportados por aDeSe. Este fenómeno social se ha convertido en la segunda opción de ocio para los jugadores habituales (6,5 millones de españoles), después de la televisión, y la primera en la franja de edad comprendida entre los 16 y 18 años.

En el caso de Estados Unidos, el estudio realizado por la publicación Future Network USA ha revelado que los videojuegos no sólo se configuran como el medio de entretenimiento preferido por los adolescentes estadounidenses, sino que también es al que más tiempo y dinero dedican. El estudio, centrado en jóvenes de entre 12 y 14 años, revela que los videojuegos han desplazado a un discreto segundo plano a los juguetes clásicos, a la música y también a la televisión.

Este fenómeno también se está dando en nuestro país, donde las nuevas tecnologías (videojuegos, ordenadores, CD y teléfonos móviles) ganan terreno a los regalos clásicos en las preferencias de los niños. Según la Asociación de Investigación de la Industria del Juguete (AIJU), integrada por psicólogos, pedagogos y animadores de tiempo libre, los videojuegos representan "otra forma de jugar". Transmiten valores positivos a los chavales, como la familiarización con el uso del ordenador, el fomento de la atención o la discriminación visual y auditiva, así como la potenciación del razonamiento deductivo. Este tipo de juegos se ha extendido con éxito al mundo de los adultos, que en muchas ocasiones se han aficionado a ellos tras jugar con sus hijos frente a la pantalla del ordenador. Un 19% de los jugadores en

España supera los 35 años, según datos de aDeSe.

La empresa de publicidad Down Under Ingame Advertising publicó en diciembre de 2004 los resultados de una encuesta realizada a 500 jugadores varones de 22 países europeos. El objetivo de la encuesta era conocer sus patrones de gasto, su consumo medio y sus opiniones sobre la publicidad en los videojuegos. La encuesta se centró en Europa porque la mayoría de la investigación en este campo se realiza habitualmente sobre el mercado estadounidense, y así se pudo comprobar que existían diferencias claras en los patrones de los consumidores europeos y norteamericanos. Los participantes se definían como jugadores medios o frecuentes y su edad media era de 21 años. Su hora preferida para jugar coincidía con las horas de máxima audiencia televisiva, de 8 a 10 de la noche. Pero, a pesar de lo que pueda indicar la frase anterior, los medios de comunicación más afectados por los videojuegos son la prensa y la radio. Tras los videojuegos, los encuestados preferían Internet y, sólo tras ella, la televisión. La mayoría, el 54%, afirmó jugar con otras personas frente al 45% que dijo hacerlo solo (unas cifras en este caso muy similares a las de los usuarios estadounidenses).



Los Sims - Electronic Arts

DATOS DEL SECTOR: LOS VIDEOJUEGOS: UN FENÓMENO SOCIAL

RETROSPECTIVA DEL VIDEOJUEGO

La historia del videojuego comienza con el lanzamiento de Computer Space, un programa tipo "arcade" creado por Notan Bushnell y Ted Dabney (Atari); aunque hay que remontarse hasta 1961 para encontrar el primer prototipo de videojuego para ordenador, Spacewar, de Steve Russell.

En 1972 nace Pong (Atari), que marca el inicio del éxito comercial del entretenimiento electrónico. La década de los 70 supone una evolución muy simple y está marcada por videojuegos como Night Driver, Breakout o Asteroids en los que se suplen con imaginación las limitaciones tecnológicas y gráficas.

En 1980 comienza el imparable auge japonés con un hito: Pac-Man, el "Comecocos", creado por Toru Iwatani (Nazco). Basado en un antiguo cuento japonés, constituye un éxito sin precedentes en todo el mundo.

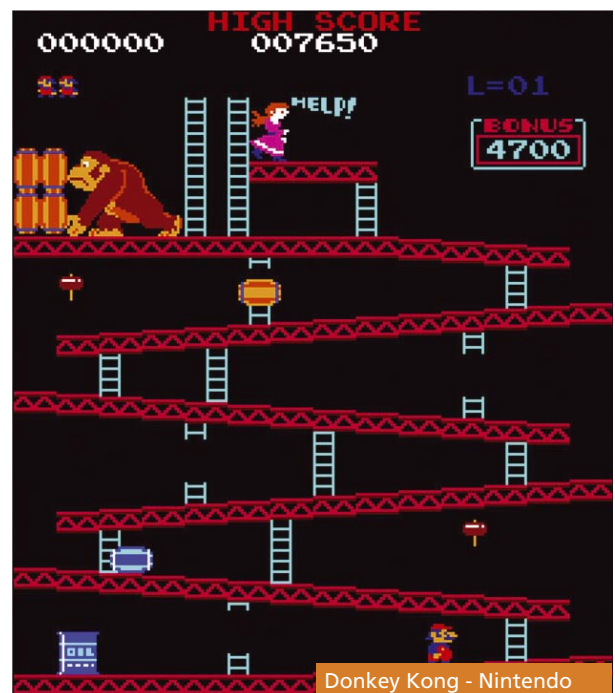
Otro de los juegos que ha marcado el pasado y el presente es Donkey Kong, diseñado por Shigeru Miyamoto (Nintendo). La idea del juego es controlar a un tipo que salta para esquivar barriles y que intenta rescatar a su novia de un mono gigante. Más tarde el hombre que saltaba barriles se convirtió en Mario Bros y así apareció Super Mario Land (1989).

Atari contraataca en 1988 con uno de los juegos más rentables de la historia, Tetris, creado por dos ingenieros rusos. Un año más tarde, nace la célebre consola Game Boy

(diseñada por Gumppei Yokoi) y la consola Megadrive de Sega. El clásico de las aventuras gráficas, Maniac Mansion, de Lucas Film Games, aparece en el mercado en 1989.

Con los 90 llega el apogeo de otro tipo de juegos, como son los de lucha (Street Fighter II –Capcom, 1991-, Mortal Kombat –Midway, 1992 -, Doom – ID Software, 1993 – o Tekken – Nazco, 1995 -), aunque también hay éxitos de otros estilos como es el caso de Alone in the Dark. A partir de este momento, la evolución es meteórica.

En la actualidad existe un revival de los videojuegos de los 80. El número de descargas de estos juegos en Internet ha aumentado espectacularmente y las empresas no han dudado en aprovechar esta tendencia. En diciembre de 2004 Atari lanzó al mercado el videojuego Atari Anthology que constituye una antología de los primeros juegos de arcade: Asteroids, Battlezone, Bowling, Breakout, Canyon Bomber, Casino, Night Driver, Yar's o Revenge, entre otros.



EFFECTOS POSITIVOS DE LOS VIDEOJUEGOS

Actualmente son numerosos los juegos que estimulan y desarrollan el aprendizaje del niño, por lo que los videojuegos ocupan un lugar cada vez más positivo en la mente de los educadores.

Es un hecho constatado que los videojuegos se pueden utilizar como herramienta de aprendizaje. Se han utilizado para instruir sobre los peligros de la droga y para educar acerca del conocimiento y prevención de enfermedades como el cáncer o el sida. Nutricionistas de EEUU los han usado para enseñar a comer bien a los niños y también se han utilizado como método de aprendizaje de educación sexual y educación vial. Un estudio de la Agencia para el Aprendizaje y el Desarrollo de las Habilidades confirmó en el mes de octubre, que los videojuegos motivan a aprender. En la misma línea, en el libro de Jean Paul Gee "Lo que los videojuegos tienen que enseñarnos acerca de Aprendizaje y Literatura" se describen innovadoras relaciones entre videojuegos y educación.

Durante el año 2004 se ha constatado cómo los videojuegos mejoran la habilidad de los cirujanos (coordinación entre la vista y las manos); pueden usarse para transmitir mensajes positivos (solidaridad o denuncia social) y pueden convertirse en un elemento importante de campaña electoral.

Investigaciones desarrolladas durante 2004 han mostrado numerosas aplicaciones de los videojuegos en el área de la salud. Así pues, se han revelado como un magnífico tranquilizante infantil previo a las intervenciones quirúrgicas, por su efecto calmante de la ansiedad en los niños, y

pueden usarse como elemento estimulador del rendimiento del ojo en los postoperatorios oculares. También ayudan a corregir la dislexia y son usados como medios terapéuticos por los especialistas.

En 2004 se ha incrementado notablemente el número de videojuegos con contenidos educativos: aventuras gráficas que utilizan elementos didácticos, juegos interactivos que estimulan el descubrimiento y la exploración del mundo y títulos que reutilizan la imaginaria de artistas como Salvador Dalí, constituyen algunas de las propuestas culturales que actualmente podemos encontrar en el mercado de videojuegos.

También las instituciones públicas se han servido de los videojuegos para desarrollar acciones con fines didácticos: Casos como el de la ONU, que ha lanzado su propio videojuego educativo para enseñar a luchar contra el hambre; el de la Generalitat de Catalunya, que utilizará los videojuegos para promover el catalán entre los adolescentes y el de la Consellería de Agricultura de Valencia, que ha elaborado un videojuego didáctico sobre la poda de cítricos, constituyen claros ejemplos de aprovechamiento de la tecnología del videojuego para fomentar el aprendizaje y la predisposición social.



EL AUGE DE LAS CONSOLAS

Durante 2004 no llegaron al mercado nuevas videoconsolas; la única novedad fue la que supuso la aparición de la PSTwo, que incorpora conexión de banda ancha a Internet y presenta un rediseño más atractivo y transportable que la popular PS2. Va a ser durante este año cuando llegarán nuevas apuestas de Sony Computer Entertainment, Nintendo y Microsoft de forma que son varias las novedades portátiles que llegarán al mercado español en 2005: Nintendo DS, Sony PSP (Playstation Portable), Gizmondo, GP32 de Gamepark y N-Gage QD, última versión del la N-Gage, más centrada en su uso como videoconsola que como teléfono.

Los analistas financieros creen que la próxima generación de consolas de videojuegos incluirá grabadora de DVD y PVR (personal video recording o grabación de vídeos personales). Según un analista de Allied Business Intelligence, en 2008 llegarán los productos todo-en-uno: consola, grabadora de DVD y cine en casa en un solo producto que previsiblemente no faltarán en ningún hogar. La Playstation 3, posible novedad en 2005, incorporará tecnología Blu-ray, uno de los formatos competidores como sucesor del DVD.



VIDEOJUEGOS EN MÓVILES

Según la empresa de desarrollo y distribución de videojuegos para teléfonos móviles

m-Solutions, la industria del videojuego para móviles facturó, durante 2004, 1.554 millones de euros en todo el mundo. El informe presentado por la OECD para ese año prevé que, en 2008, el 25% del mercado global de videojuegos corresponderá a los juegos especiales para móviles. El incremento de este mercado, unido al desarrollo del videojuego online, supone la apertura de una nueva etapa en el proceso de consolidación de la industria del videojuego a nivel mundial. En el último estudio de I PLAY, se revela que el 45% de los jugadores con juegos en móviles son mujeres.



En nuestro país, durante los tres últimos años, ha aparecido un nuevo sector local de empresas dedicadas al desarrollo de juegos para móviles. El último gran éxito de Telefónica Móviles ha sido el juego de automovilismo Fernando Alonso, de la empresa española Gaelco Móviles; mientras que Amena se ha encargado de poner en marcha el primer servicio de tercera generación (3G) de videojuegos en red, que permite a varios jugadores participar simultáneamente en la misma partida desde sus móviles.

Otras empresas españolas que desarrollan videojuegos para móviles son: Play Wireless

(grupo LaNetro), Microjocs, e-Brain, Mobiquity, Digital Legends, Zinkia Entertainment y Technobubble Entertainment.

Desarrollar juegos para móviles requiere menos inversión y tiempo que para consolas, y los retornos se obtienen rápidamente.



Existe en la industria de móviles una creciente preocupación por los contenidos; de ahí que el sistema PEGI trate de adaptarse a estas nuevas plataformas de juego. Debido a la limitación del espacio y a la calidad de las pantallas de los dispositivos móviles, la información relativa a la edad apropiada para cada juego se puede mostrar bajo la forma +3, +7, +12, +16 o +18, precedida de la mención **www.pegi.info**. La recomendación de la ISFE es proporcionar la mayor cantidad de información posible sobre el juego por lo que, si la calidad y el tamaño de la pantalla así lo permiten, deberían aparecer también los pertinentes iconos descriptores, acompañando a la edad recomendada.

VIDEOJUEGOS ON LINE

La mitad de la población española afirma haber jugado con videojuegos en alguna ocasión, bien con plataforma de consola –en

VIDEOJUEGO ONLINE EN ESPAÑA

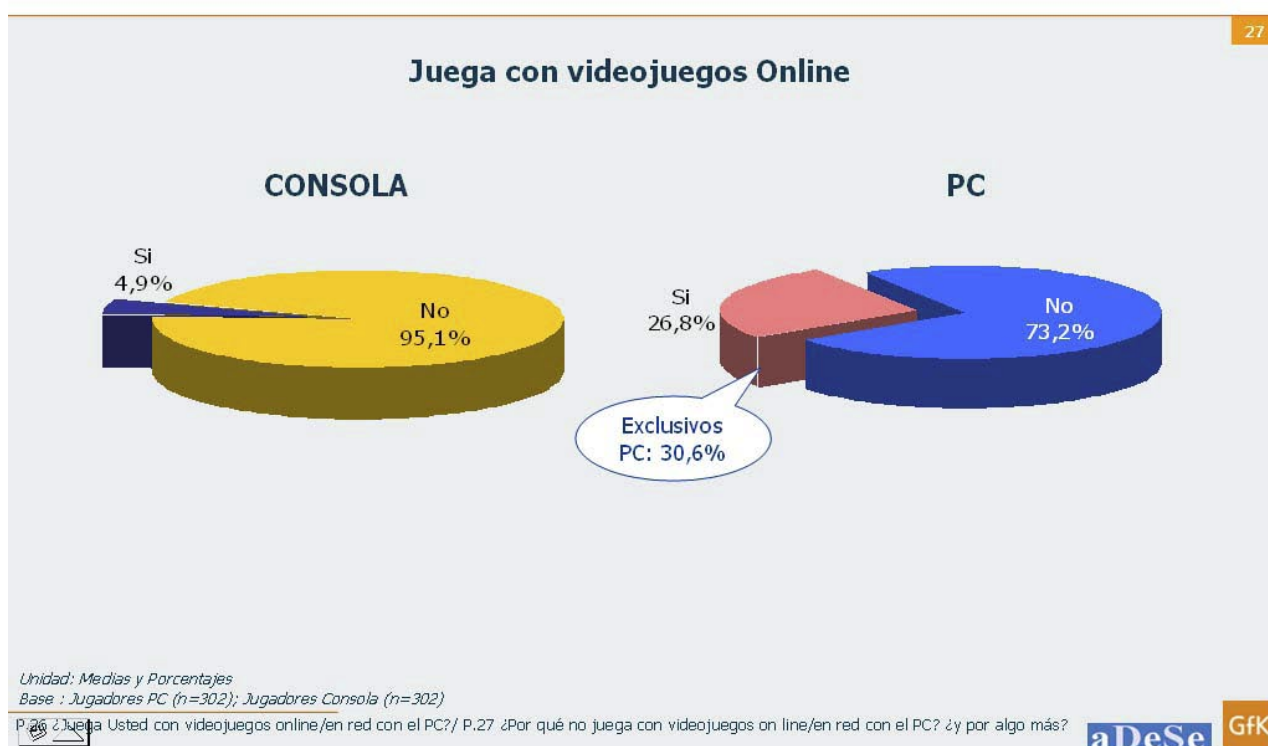
GfK Group

Ad Hoc Research

Estudio de Hábitos y Usos de los Videojuegos

2 Febrero 2005

¿Cuántos jugadores Online hay según plataforma?



el 85% de los casos- bien en plataforma PC –opción menos habitual pero también muy frecuente-. Por el contrario, el juego a través de Internet avanza lentamente en España de forma que sólo unos 20.000 usuarios aprovechan la capacidad “Online” de Xbox y Playstation.

A pesar de este dato, la intención de jugar con algún videojuego Online en el futuro es positiva entre los jugadores: 9 de cada 10 jugadores no están cerrados del todo a probar los videojuegos Online.

Varios factores están favoreciendo la efectiva implementación de los juegos Online en España: A la popularización y a la mejora de la calidad de la banda ancha se une el hecho de que el mercado Online se está poblando de títulos cada vez más atractivos.

En otros países el éxito de los juegos Online es rotundo. En EEUU las ventas de juegos Online se han incrementado un 167% desde 2002; se han vendido 33 millones de juegos y se han obtenido beneficios por valor de 1.500 millones de dólares. China, asustada ante el éxito de los juegos en línea extranjeros entre los más de 200 millones de jóvenes chinos, ha decidido promocionar, a través de la Administración China de Prensa y Publicaciones, la creación de juegos de Internet con características chinas. Su objetivo es contrarrestar la creciente influencia de los juegos de Internet extranjeros, que abarcan ya el 90% del mercado en el país.

NUEVAS FORMAS DE JUGAR

Una nueva generación de videojuegos, ya presente en el mercado internacional, pretende combatir el sedentarismo y el consecuente aumento de la obesidad infantil. Se trata de

que los usuarios, especialmente los niños, interactúen con la pantalla moviendo todo el cuerpo, y no sólo los dedos. Gracias a estos productos, los chavales pueden esquiar o montar en monopatín desde el salón de su casa.

La nueva serie de videojuegos Eye Toy de Sony Computer Entertainment, convierte la PS2 en una máquina de sudar. La Eye Toy consiste en una cámara similar a una web cam, que se conecta a la PS2 y se coloca sobre el televisor, por lo que el usuario se convierte en el protagonista del juego y ve sus acciones reflejadas en la pantalla. La diversión consiste en practicar distintos bailes y quemar cuantas calorías se deseen pues el videojuego viene equipado con un contador. En otras versiones de Eye Toy los jugadores no se ven a ellos mismos, sino que tienen que utilizar su cuerpo para controlar al personaje que protagoniza el videojuego. A través de una novedosa tecnología los movimientos que hace el jugador los realiza inmediatamente el personaje de la pantalla.



Otro dispositivo presentado en el 2004 es el que, conectado a la Playstation2, permite jugar con todo el cuerpo a varios juegos de la popular consola de Sony Computer Entertainment. Una alfombra con sensores, así como muñequeras y tobilleras para el jugador, son las encargadas de transmitir los movimientos del cuerpo al videojuego, con lo que algunos de ellos alcanzan un realismo sin precedentes. Este

nuevo sistema, conocido como Playxone, transmite en tiempo real los movimientos al personaje de la pantalla.

Una de las compañías pionera en este tipo de iniciativas fue Konami Digital Entertainment America que, con su juego Dance Dance Revolution, convulsionó el mercado del arcade. En este caso, las personas se colocan en una plataforma cuadrada que tiene una flecha en cada esquina para señalar arriba, abajo, izquierda y derecha. Al mismo tiempo que en la pantalla se mueve una flecha al ritmo de una canción, los jugadores tienen que situar sus pies en las flechas correspondientes de la plataforma.

Estos ejemplos nos llevan a pensar que quizá los mandos, tal y como los conocemos hoy, desaparecerán en el futuro. En los umbrales de una nueva dimensión tecnológica, la revista Journal of Neural Engineering ha revelado que ingenieros estadounidenses han creado un sistema para controlar los movimientos de un videojuego mediante órdenes del cerebro transmitidas a través de electrodos.

de la Universidad Pompeu Fabra que ofrece un Master en Desarrollo de Videojuegos. También la Universidad Complutense de Madrid ha estrenado un Master en Desarrollo de Videojuegos, a través de la Facultad de Informática y la empresa de creación de videojuegos Pyro Studios, creadora de los videojuegos Comandos y Praetorians, entre otros.

Por otra parte, en la Universidad de Oviedo se ha comenzado a impartir un curso de Programación Gráfica para Videojuegos. Se trata de un curso de Extensión Universitaria sobre Diseño Gráfico aplicado al mundo del videojuego.



Logotipo del Master en Desarrollo de Videojuegos de la UCM 2005-2006

FORMACIÓN EN VIDEOJUEGOS

En 2004 el mundo de los videojuegos ha dado un gran paso en las Universidades y se ha abierto camino en el mundo de la enseñanza. En España existen ya claros ejemplos como el



VIDEOJUEGOS O "EL OCTAVO ARTE"

ENCUENTRO "LOS VIDEOJUEGOS: EL OCTAVO ARTE"

El pasado 2 de diciembre, aDeSe celebró en la Cámara de Comercio de Madrid un encuentro bajo el título "Los Videojuegos: El Octavo Arte".

La tertulia, organizada por la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (aDeSe), junto con la Asociación Española de Derecho de la Propiedad Intelectual (AEDPI), la editorial El Derecho y la Cámara de Comercio de Madrid, contó con la presencia de Ignacio Pérez Dolset, Director General de Proein y Pyro Studios; Jesús Alonso Gallo, Presidente de FX Interactive; Juan González Cuin, Director General de Take 2; María Jesús López, Directora de Negocios de

Sony Computer Entertainment España; y Nicola Chencerle, Marketing Manager de Electronic Arts España.

Durante el acto se analizaron diversos aspectos relativos al entorno económico, tecnología, creación y desarrollo de la industria española de videojuegos, cuyo principal objetivo en nuestra sociedad, en palabras de Carlos Iglesias, Secretario General de aDeSe, es el de "entretener y constituir una experiencia estética para el receptor y el desarrollador".

VIDEOJUEGOS Y MUJERES

En la actualidad la industria del videojuego busca fórmulas para atraer al público femenino, en vista de los datos ofrecidos por numerosos estudios que muestran cómo las mujeres usan las tecnologías tanto como los hombres y son más hábiles que ellos en el manejo de Internet .



Celebración del encuentro: "Los Videojuegos: el Octavo Arte"

En este sentido, se han diseñado consolas adaptadas a los gustos de las chicas, como la Gameboy Advance Girls Edition – www.nintendogirls.com– y se han lanzado videojuegos específicos para captar la atención de las féminas. Ejemplo de juegos con especial éxito entre las mujeres son la serie Sims, Final Fantasy, Age of Mythology, La Leyenda de Zelda, Hamtaro, Buscando a Nemo, Lizzy McGuire, Barbie...



Dead or Alive Ultimate - Microsoft

Igualmente, es una tendencia en aumento la creación de videojuegos protagonizados por mujeres. Tomb Raider fue el primer gran título protagonizado por una mujer; desde entonces, la industria ha ido añadiendo personajes femeninos en papeles cada vez más importantes o como principal reclamo de sagas que han llegado a cautivar a millones de aficionados en el mundo.

Paradójicamente, sólo hay una mujer en España que se dedique a probar videojuegos, es decir, que juegue y le paguen por ello.

VIDEOJUEGOS Y CINE

Durante la década de los 90, Hollywood descubrió una nueva fuente de inspiración en el campo de los videojuegos. Double Dragon o Mario Bros fueron pioneros en tener su réplica en la pantalla grande. Desde entonces, muchos han sido los títulos que se han llevado al cine: Street Fighter, Mortal Kombat, o más recientemente Tomb Raider y Resident Evil. Esta práctica, lejos de agotarse, se explota cada

vez más. A lo largo de 2004 fueron anunciadas las futuras producciones de versiones cinematográficas de videojuegos de éxito como Tekken, Silent Hill, Doom, Spy Hunter, House of the Dead y Driver, entre otros.

Pero no sólo la industria del cine pone los ojos en la del videojuego. Para asegurarse el éxito, la industria del videojuego está muy atenta a los productos cinematográficos más rentables. Como consecuencia de ello nos encontramos con juegos basados en películas como Constantine o Catwoman, con efectos especiales propios de la calidad de Hollywood, bandas sonoras compuestas por verdaderos profesionales y voces dobladas por celebridades como Jim Carrey, Monica Bellucci o, en versión española, Leonor Watling. Además, los videojuegos tienen sus propios personajes interactivos recreados a semejanza de los actores de carne y hueso. Un buen ejemplo de actores que ya tienen su versión virtual son Keanu Reeves, Jackie Chan o Jean Reno.



La actriz Milla Jovovich en "Resident Evil 2: Apocalipsis"

VIDEOJUEGOS Y LITERATURA

Desde sus inicios, la industria del cine tomó argumentos de la literatura como base para sus películas. En 1961, la famosa novela Los Cañones de Navarone (The Guns of Navarone), de Alistair MacLean, fue llevada al cine. En la actualidad, la corriente es convertir clásicos de

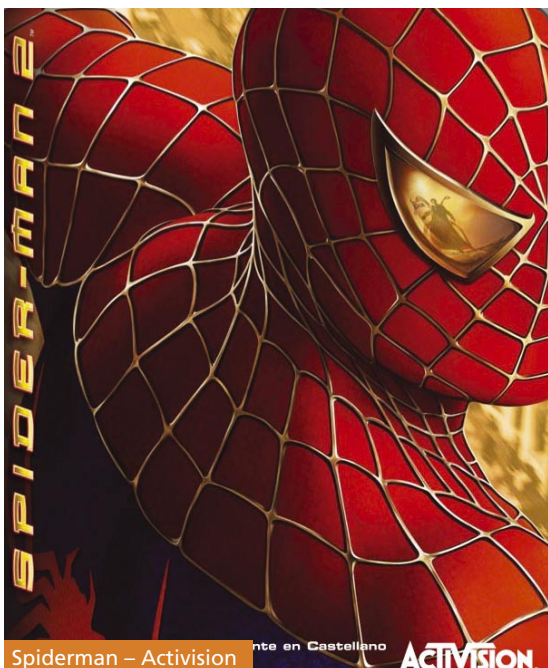
la literatura en videojuegos de éxito. Por ello, se anunció en 2004 que la famosa novela será el argumento de un nuevo videojuego.



Harry Potter – Electronic Arts

Las novelas de Harry Potter y El Señor de Los Anillos pasaron por el mismo proceso; fueron convertidas en películas y después llegó su versión interactiva. Kalixti, la saga española de 7 novelas del autor Pedro Terrón, les sigue los pasos muy de cerca ya que, basándose en sus aventuras, se realizará un videojuego a la vez que una película.

Otras narraciones que han servido para crear videojuegos han sido las novelas de Agatha Christie y las aventuras de Sherlock Holmes, de Sir Arthur Conan Doyle.



Spiderman – Activision

Pero no sólo de novelas se alimentan los realizadores de videojuegos. Cómic como Pokemon, Spiderman, Catwoman, o más recientemente XIII, han servido de inspiración a los más innovadores creadores de la industria.

VIDEOJUEGOS Y MÚSICA



Need for Speed Underground 2 – Electronic Arts

La producción de videojuegos se ha convertido, con el tiempo, en uno de los negocios más suculentos. Los datos más recientes sitúan al videojuego como rey del ocio, con unas ventas que superan a la recaudación del cine. Por este motivo no han pasado desapercibidas, para los productores artísticos, las posibles ventajas de una alianza empresarial entre música y videojuegos. Sirva como ejemplo el rapero Snoop Dogg que, durante el pasado septiembre, aprovechó el videojuego Need For Speed Underground 2 como plataforma para el lanzamiento de su single "Rides on the Stone". La música en los videojuegos constituye un elemento cada vez más importante. Tanto es así que se busca a grandes orquestas o a grandes compositores de bandas sonoras de películas para componer las bandas de los juegos. Es el caso del videojuego Killzone, caracterizado por su ambientación épica y puesta en escena, con banda sonora de la Orquesta Filarmónica de Praga; de Paul Oakenfold, conocido por la música de El Planeta de Los Simios; y de Tim Burton, o Swordfish, autor de la banda sonora del

videojuego Goldeneye: Agente Corrupto, el último de la saga del agente secreto 007, James Bond.

Artistas y grupos como Robbie Williams o Black Eyed Peas han puesto música a videojuegos de la talla del FIFA Football y The Urbz.



Informe sobre piratería

RESUMEN DEL INFORME 2004 DE LA FEDERACIÓN ANTIPIRATERÍA

Se calcula que la piratería de videojuegos en España ronda el 70%. Cada vez es más fácil piratear por Internet. La piratería daña sobre todo a las medianas y pequeñas compañías. Por todos estos motivos el año 2004 será, sin duda, especialmente recordado por la FAP (Federación para la Protección de la Propiedad Intelectual de la Obra Audiovisual) ya que ha sido el año en el que mayor número de intervenciones policiales se han desarrollado.

Durante el pasado año el principal objetivo de la FAP fue luchar contra la venta ambulante, representada por los llamados "manteros" y "mochileros", que afectaba en gran medida a la industria audiovisual y de videojuegos. Las numerosas operaciones policiales realizadas, 170 en total, permitieron el desmantelamiento

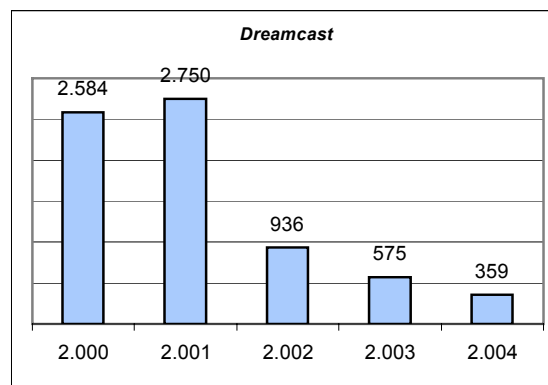
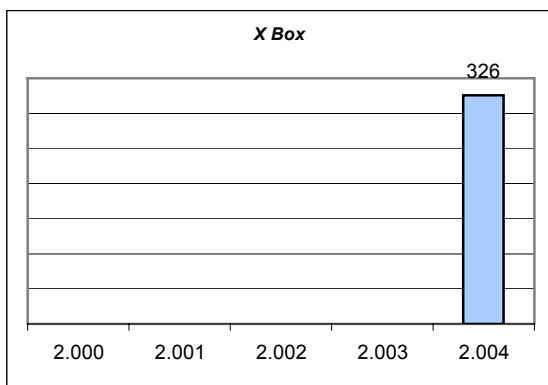
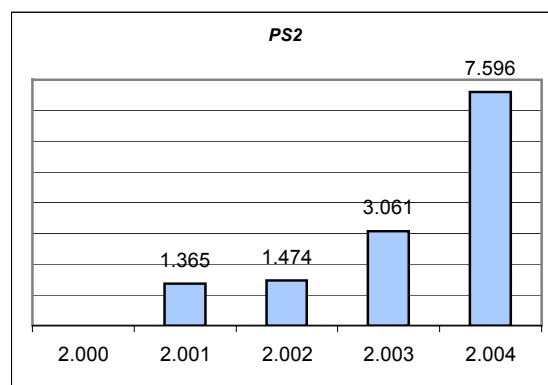
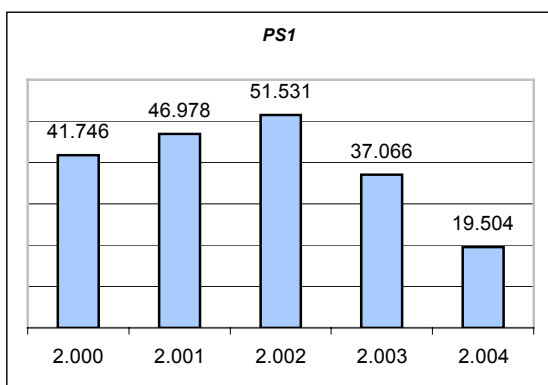
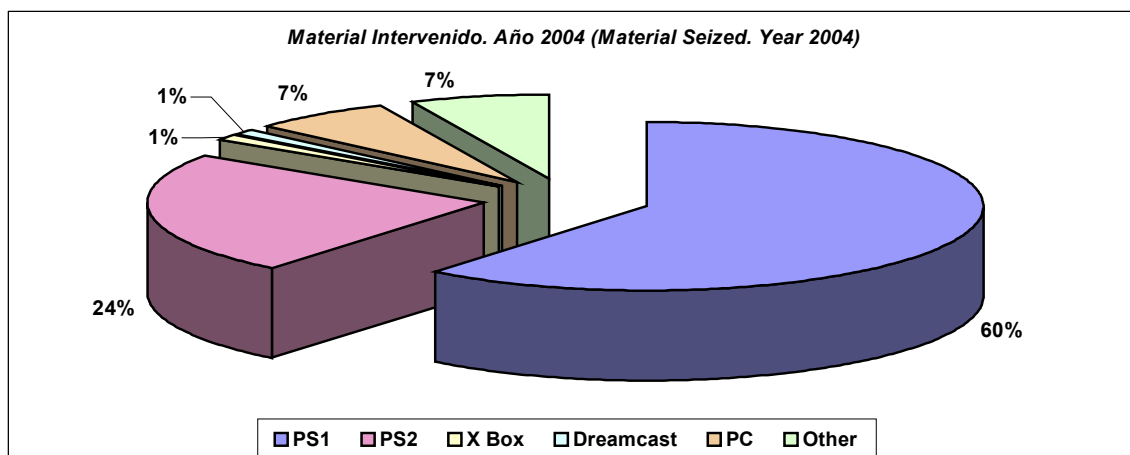
de varias redes suministradoras de material y lograron reducir la incidencia de esta actividad.

Otro objetivo perseguido durante 2004 ha sido el de controlar y reducir la distribución de contenidos a través de Internet, en concreto el intercambio de archivos "Punto-a-punto" (P2P) que había ido creciendo con las innovaciones tecnológicas y el incremento de la velocidad de transmisión, convirtiéndose en un problema extremadamente preocupante, que requiere la máxima atención y dedicación de recursos.

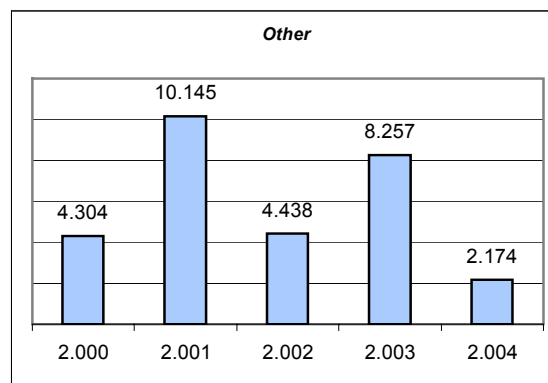
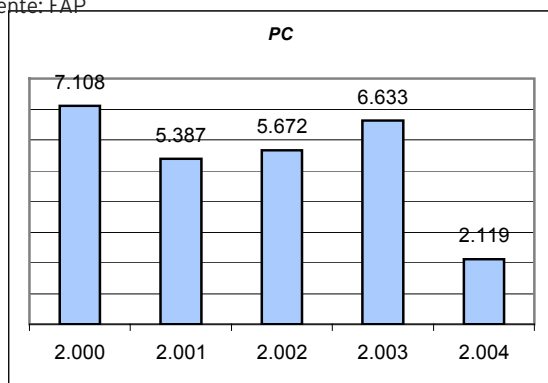
Los objetivos previstos por la FAP para 2004 se han alcanzado con éxito parcial a lo largo de este período, debido a la dificultad que supone reducir la distribución a través de Internet. En el resto de actividades los logros alcanzados han sido los más representativos e importantes desde que se creara la fundación, hace veinte años.

RESUMEN DE DISCOS ÓPTICOS INTERVENIDOS

ACTIVIDAD VIDEOJUEGOS. MATERIAL INTERVENIDO



Fuente: FAP



Fuente: FAP

CAMPAÑA ANTIPIRATERÍA DE LA FAP

Los principales obstáculos a la labor antipiratería consisten en la ausencia de legislación adecuada, la escasa prioridad que se le concede y la falta de conciencia pública respecto a la propiedad intelectual.

Para superarlos, FAP viene destinando esfuerzos especiales encaminados al impulso de la legislación adecuada y su aplicación, así como al desarrollo de una labor de educación de la sociedad que ha contado este año con el apoyo de amplios sectores de la industria audiovisual y de los videojuegos.

A través del Ministerio de Justicia y con el desarrollo de una positiva colaboración, se han introducido modificaciones tanto en el Código Penal como en la Ley de enjuiciamiento Criminal, que entraron en vigor en octubre de 2004 y que han supuesto una mejora notable de la eficacia en la lucha contra la piratería, sobre todo por tratarse desde la fecha indicada, de un delito público, perseguible de oficio.

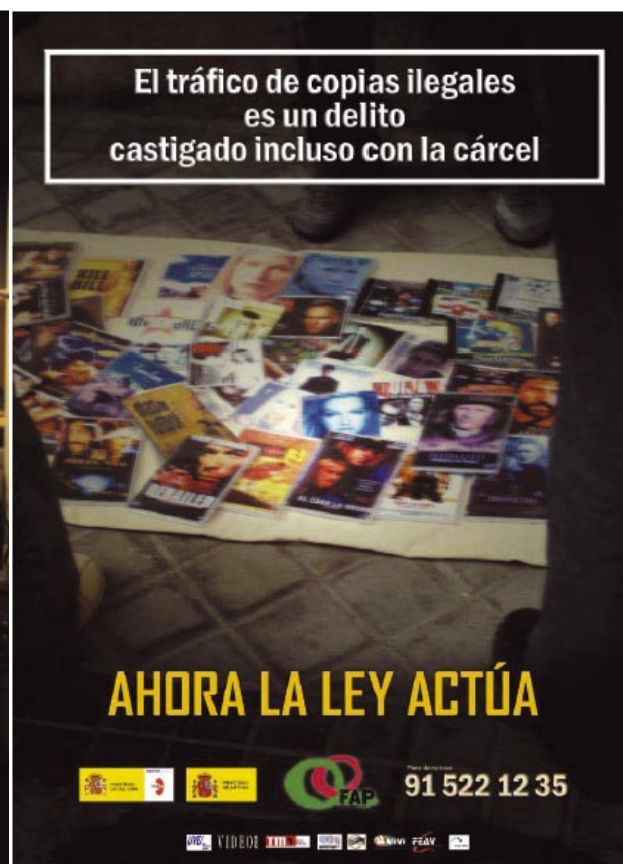
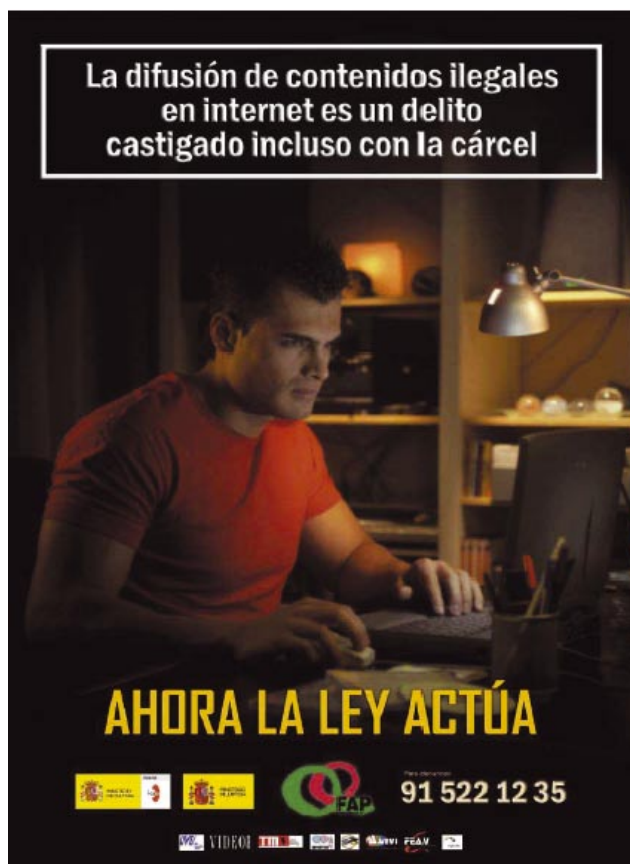
La contribución específica de los sectores cinematográfico y videográfico a nivel local y muy especialmente la Unión Videográfica Española (UVE), ha permitido desarrollar una nueva campaña publicitaria que, bajo el lema "Ahora la Ley actúa", ha destacado el carácter delictivo de la piratería y su persecución por los Tribunales de Justicia.

La difusión de la campaña, calificada de interés público por el Ministerio de Industria, se llevó a cabo a través de los siguientes medios:

- 25.000 carteles exhibidos en más de 10.000 establecimientos y 3.300 carteles en las salas de cine.
- Más de 3.000 cines proyectaron los trailers antipiratería durante períodos de entre 6 y 10 semanas.
- 1.700 máquinas expendedoras exhiben los spots de forma continuada y han sido incluidos en las páginas web de Cine-bank, ANEMSEVI y otras asociaciones.
- Una gran parte de los más de 1.000 títulos editados en formato VHS y DVD durante el segundo semestre del año, incluyeron los spots al inicio de la grabación.
- 8.200 carteles exhibidos durante 6 semanas en las marquesinas de las paradas de autobuses.
- Más de 1.200 vallas publicitarias en Viacom.
- Difusión de los anuncios por parte de Tele 5, Antena 3, Paramount Comedy, Calle 13 y otros canales que comprometieron su emisión en el año 2005.

Todo ello representó un esfuerzo sin precedentes para cuya consecución fue necesario organizar presentaciones ante

cada una de las empresas colaboradoras pues el 100% de la difusión se realizó de forma gratuita.



Fuente: FAP

Resumen del año

RESUMEN ANUAL aDeSe

ENERO	FEBRERO	MARZO
Incorporación de Nokia	Presentación resultados 2003	Galardones aDeSe
ABRIL	MAYO	JUNIO
Incorporación de Take Two		Presentación Anuario 2003
JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
Firma del Convenio entre el Defensor del Menor de la CAM y aDeSe		
OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Nuevo presidente de aDeSe Campaña Eroski-PEGI	Incorporación de Activision	Los Videojuegos: El Octavo Arte Distribución Folletos PEGI Campaña Eroski-PEGI

ENERO

- **Incorporación de Nokia.** aDeSe anunció el 28 de enero de 2004 la incorporación de Nokia a la Asociación. Con esta nueva incorporación, aDeSe inició su representación en el mercado de los videojuegos portátiles.

FEBRERO

- **Presentación resultados 2003.** La Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (aDeSe) presentó el 25 de febrero de 2004 los resultados obtenidos por la industria española de videojuegos durante el año 2003. El año cerró con una facturación global que ascendió a 800 millones de euros, un 12,7% más con respecto a 2002. Con estas cifras, los videojuegos superaron ya a otros tipos de entretenimiento que hasta entonces

lideraban tradicionalmente el mercado del ocio, como el cine, las películas de video o la música grabada.

MARZO

- **Galardones aDeSe.** aDeSe celebró el 30 de marzo de 2004 la tercera edición de sus Galardones que premiaron los videojuegos más vendidos en España en el 2003.

ABRIL

- **Incorporación de Take Two.** aDeSe anunció el 29 de abril de 2004 la incorporación de Take Two a la Asociación.

JUNIO

- **Presentación del Anuario 2003.** aDeSe presentó en junio de 2004 el Anuario Memoria 2003. Un documento que recopila los sucesos más relevantes ocurridos ese año en el sector de los videojuegos.

JULIO

- **Firma del Convenio entre el Defensor del Menor de la CAM y aDeSe.** aDeSe firmó un convenio de colaboración en julio de 2004 con el Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid, con el objetivo de promover y divulgar la clasificación y el etiquetado de videojuegos y juegos de ordenador (Código PEGI) para que padres, educadores y los propios menores tengan referencia clara del contenido de los mismos antes de su adquisición. Ambas Instituciones se comprometieron a promover el conocimiento del Código PEGI a través de sus canales propios, en fechas significativas para la adquisición de videojuegos, como el fin de curso o las campañas navideñas.

OCTUBRE

- **Nuevo presidente de aDeSe.** Alberto González Lorca, director general de Atari Ibérica, fue elegido el 28 de octubre de 2004 nuevo presidente de aDeSe. Alberto González Lorca, de 39 años, es licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid y MBA por IESE. Desde el año 2001 ocupa la dirección general de Atari Ibérica, al frente de la gestión de España y Portugal. Previamente, desarrolló su carrera profesional en L'Oreal y en Quaker Ibérica, cuya filial española dirigió durante seis años.
- **Campaña Eroski - PEGI.** El Grupo Eroski, en el marco de la iniciativa Idea Sana, colaboró con aDeSe en la difusión del código de autorregulación PEGI (Pan European Game Information), que establece una clasificación para videojuegos por edades y contenidos.

A este efecto se organizaron ruedas de prensa por varias ciudades españolas que tuvieron lugar durante los meses de octubre y diciembre. Durante el mes de

octubre se celebraron ruedas de prensa en las siguientes ciudades españolas:

- 18 de octubre: **Bilbao y Santander**
- 21 de octubre: **Logroño y Pamplona**
- 25 de octubre: **Sevilla**
- 26 de octubre: **Algeciras (Cádiz)**
- 27 de octubre: **Málaga**
- 28 de octubre: **Roquetas de Mar (Almería)**

NOVIEMBRE

- **Incorporación de Activision.** aDeSe anunció el 3 de noviembre de 2004 la incorporación de Activision a la Asociación. Con esta incorporación, aDeSe reforzó su representación del mercado nacional, superando el 85%.

DICIEMBRE

- **Los videojuegos: El Octavo Arte.** El encuentro "Los videojuegos: El Octavo Arte" se celebró en la Cámara de Comercio de Madrid el 2 de diciembre. La tertulia, organizada por aDeSe junto con la Asociación Española de Derecho de la Propiedad Intelectual (AEDPI), la editorial El Derecho y la Cámara de Comercio de Madrid, contó con la presencia de Ignacio Pérez Dolset, Director General de Proein y Pyro Studios; Jesús Alonso Gallo, Presidente de FX Interactive; Juan González Cuin, Director General de Take 2; María Jesús López, Directora de Negocios de Sony Computer Entertainment España; y Nicola Chencerle, Marketing Manager de Electronic Arts España.
- **Distribución Folletos PEGI.** aDeSe distribuyó 300.000 folletos informativos sobre el PEGI durante las fiestas navideñas con el objetivo prioritario de ayudar a los padres a realizar una compra responsable de videojuegos, conforme a la edad de sus hijos. Para esta campaña se contó con la colaboración tanto del Instituto Nacional del Consumo

-que distribuyó 150.000 folletos PEGI a las Oficinas de Información al Consumidor de toda España-, como del Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid, que financió la producción de los otros 150.000 folletos. Estos últimos los distribuyó la Asociación en los centros comerciales de El Corte Inglés, Centromail, Blockbuster y Alcampo.

- **Campaña Eroski - PEGI.** El Grupo Eroski, en el marco de la iniciativa Idea Sana, colaboró con aDeSe en la difusión del código de autorregulación PEGI (Pan European Game

Information), que establece una clasificación para videojuegos por edades y contenidos.

Las ruedas de prensa tuvieron lugar durante los meses de octubre y diciembre. Durante el mes de diciembre se celebraron ruedas de prensa en las siguientes ciudades españolas:

13 de diciembre: **Segovia**

15 de diciembre: **Cáceres**

16 de diciembre: **Valladolid**

17 de diciembre: **Toledo**

21 de diciembre: **Madrid**

RESUMEN ANUAL GLOBAL

ENERO	FEBRERO	MARZO
Warner Bros irrumpe en los videojuegos	Bafta Games Awards 2004	Premios AIAS (Academy of Interactive Arts & Science) 2004 Game Developers Conference 2004 Mobie Awards 2004
ABRIL	MAYO	JUNIO
	E3 Electronic Entertainment Expo 2004	
JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
Campus Party 2004	Festival Internacional de Edimburgo 2004 Games Convention Premios Develop Industry Excellence Lanzamiento del Mundial Interactivo de Fútbol	European Games Network Games Stars Live Mobile Game Conference Games for Health 2004 The Hacker's Lounge Competición de programación de videojuegos en 48 horas Tokio Game Show 2004 GTA San Andreas, mejor videojuego para consolas Nueva legislación para videojuegos en California
OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
IV Mundial del Ciberjuego I Festival de Extremadura de Nuevas Tecnologías Mesa redonda sobre evolución de la IA en los videojuegos. XBox. Electronic Game Show	Festival Play Time de Civican para Videojuegos ArtFutura 2004	El ejército español lanza un videojuego Primer videojuego gallego de ambientación celta Festival Animadrid 04 Iberocio 2004

ENERO

• **Warner Bros irrumpe en los videojuegos.**

Warner Bros Entertainment entra a lo grande en la industria de los videojuegos con la nueva filial Warner Bros Interactive Entertainment (WBIE), dirigida por Jason Hall. Las operaciones relativas a los videojuegos se centralizan en la división de WBIE llamada Warner Bros Games (WB Games).

FEBRERO

- **BAFTA Games Awards 2004.** 25 de febrero de 2004. Radisson Portman Hotel, Londres (Reino Unido). El triunfador de los BAFTA (The British Academy of Film and Televisión) fue Grand Theft Auto: Vice City, que ganó en las categorías PS2, Diseño, Acción, Sonido y PC.

MARZO

• **Premios AIAS (Academy of Interactive Arts & Science).**

4 de marzo de 2004. Palms Casino Resort, Las Vegas, Nevada (EE.UU.). La gran triunfadora fue Prince of Persia: The Sands of Time de Ubisoft que se llevó ocho premios. Sin embargo Call of Duty de Infinity Ward y Activision aunque consiguió menos, sólo tres galardones, se llevó el más suculento: el premio al mejor juego del año.

• **Games Developers Conference 2004**

(Conferencia de los Desarrolladores de Videojuegos) 22 al 26 de marzo. San Jose Convention Center, San Jose, California (EE.UU.). Reunió a los mejores profesionales internacionales del sector. Durante la conferencia se entregaron premios a desarrolladores de videojuegos, otorgados por la Asociación Internacional de Desarrolladores de Juegos (IGDA).

Los galardones se conceden a diferentes categorías dentro de la cadena de desarrollo que supone la creación de un videojuego. Entre ellos, hay que destacar el Premio al Juego del año, otorgado a Stars Wars: Knights of the Old Republic de BioWare Corp., y el premio al personaje más original de la industria del videojuego que recayó en HK - 47 de Star Wars: Knights of the Old Republic.



- **Mobies Awards 2004.** Premios Anuales a los Mejores Juegos Inalámbricos. 23 de marzo. Atlanta, EE.UU. Tuvo lugar la primera entrega de estos premios con 120 finalistas, de los que 20 fueron premiados. El videojuego Tony Hawk's Pro Skater de Ideaworks3D se alzó como el mejor videojuego para móviles de 2003.



MAYO

• **E3 (Electronic Entertainment Expo) 2004.**

12 al 14 de mayo. Convention Center, Los Ángeles, EE.UU. Es el evento más importante dentro del sector de los videojuegos. En esta feria se presentan la mayoría de títulos que verán la luz en los próximos meses. En la edición de 2004, que fue la décima celebrada, las protagonistas fueron las consolas portátiles. Nintendo y Sony Computer Entertainment presentaron

sus respectivas propuestas: Nintendo DS y la nueva PSP.



JULIO

- **Campus Party 2004.** 26 de julio al 1 de agosto. Ciudad de las Artes y las Ciencias, Valencia. 4.500 participantes conectados a Internet sin interrupción 24 horas al día, una velocidad de 1.244 MB y sus propios ordenadores instalados bajo una carpa de 12.800 metros cuadrados. La del 2004 fue la octava edición y en ella los ciberjuegos en red fueron el tema estrella. Los mejores clanes de juegos en red, nacionales e internacionales se dieron de nuevo cita en Campus Party para competir oficialmente en los siguientes juegos: "Counter Strike", "Condition Zero", "World Craft III", "FIFA 2004" y "Need for Speed underground". En esta edición Sony Computer Entertainment organizó una reunión en la que participaron más de 500 usuarios de la Playstation 2 para tomar parte en competiciones en red, con los juegos "Soccom II" y "Esto es fútbol



2004". Esta reunión supuso la primera gran concentración de usuarios de Playstation 2 a nivel mundial.

AGOSTO

• Festival Internacional de Edimburgo

2004. 11 al 14 de agosto. Edimburgo, Escocia - Reino Unido. En este festival se presentan nuevos juegos.



- **Leipzig Games Convention.** 19 al 22 de agosto. Leipzig, Alemania. Se presentan las últimas novedades del mercado de los videojuegos. Es un imán para los fanáticos de los videojuegos, los programadores y los inversionistas visionarios.



- **Lanzamiento del Mundial Interactivo de Fútbol.** Microsoft y EA Games presentaron en agosto el mundial de fútbol interactivo FIFA 2004, el primer torneo futbolístico virtual de escala mundial. El evento se desarrolló entre octubre y diciembre, coincidiendo con la temporada alta de

ventas de videojuegos. El campeonato consta de rondas eliminatorias y un torneo final. Las rondas eliminatorias se llevaron a cabo en los cinco continentes y el torneo final tuvo lugar en Zurich (Suiza).

SEPTIEMBRE

- **European Games Network.** Entre el 1 y el 3 de septiembre. Feria de videojuegos donde se presentaron novedades del sector.
- **Game Stars Live.** Entre el 1 y 5 de septiembre. Londres (Reino Unido). Recinto ExCel. Feria de la industria británica de videojuegos. Se muestran las últimas novedades directamente al consumidor.
- **Mobile Game Conference.** 9 y 10 de septiembre. Austin, Texas (EE.UU.) Evento para los profesionales de la industria donde se discuten y comparten datos sobre el floreciente mercado de los videojuegos para dispositivos móviles.
- **Games for Health 2004.** 16 y 17 de septiembre. Madison, Wisconsin (EE.UU.). La conferencia Games for Health 2004 versó acerca de cómo los videojuegos pueden ayudar a mejorar la educación sobre la salud y la práctica profesional, desde la prevención de enfermedades hasta la asistencia de los profesionales de la salud.
- **The Hacker's Lounge - Competición de programación de videojuegos en 48 horas.** 17 al 19 de septiembre. La competición consiste en desarrollar un juego desde cero en 48 horas. El tema sobre el deben basarse los juegos no se hace público hasta el momento de la apertura.
- **Tokyo Game Show 2004.** La edición de 2004 tuvo un aumento considerable

de asistencia respecto a la edición 2003, debido a que las compañías de videojuegos confiaron totalmente en este evento, reservando sus lanzamientos más importantes, y dejando otros menos relevantes para el E3. La feria contó, como es habitual, con área de cosplayers (aficionados disfrazados), y multitud de animadores vestidos de famosos personajes del mundo del ocio.



Fuente: www.ojgames.com

- **GTA San Andreas, mejor videojuego para consolas.** Dentro de la feria profesional del sector multimedia en España, Medpi Iberia 2004, Grand Theft Auto: San Andreas recibió el premio al mejor videojuego para consolas. Este premio lo ganó antes de salir a la venta, en predicción del éxito comercial que tendría después.



Grand Theft Auto: San Andreas - Take Two Interactive

- **Nueva legislación para videojuegos en California.** El estado norteamericano de California, gobernado por Arnold Schwarzenegger, aprobó una nueva ley que pretendía penalizar la venta de juegos a menores de edad e imponer multas de hasta 2.000 dólares a los que vendieran un videojuego calificado para mayores de 18 años a los más jóvenes. Sin embargo, las presiones de grupos de opinión y de la industria del videojuego consiguieron suavizar esta ley que, en su forma actual, sólo exige a los comerciantes de videojuegos exponer claramente en las tiendas carteles explicativos del sistema de calificación de videojuegos por edades para que, de esta manera, los padres estén informados de lo que compran sus hijos.

OCTUBRE

- **IV Mundial del Ciberjuego.** 11 y 12 de septiembre, San Francisco, EE.UU. 700 competidores de todo el mundo lucharon por 400.000 dólares en premios. En el torneo participaron representantes de más de 60 países por lo que es conocido como las Olimpiadas del Videojuego.
- **I Festival de Extremadura de Nuevas Tecnologías.** 14 al 17 de octubre. Los Santos de Maimona, Mérida (Extremadura). Festival que abordó los aspectos educativo-formativos y económicos de las nuevas tecnologías. Contó además con un amplio apartado de creación artística en soporte digital.
- **Mesa redonda sobre evolución de la Inteligencia Artificial en los videojuegos. XBox.** Celebrada en el Museo de Ciencias Naturales de Madrid. Contó con la participación de Ramón López de Mántaras Badía, profesor de investigación del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) y vicedirector del Instituto de

Investigación en Inteligencia Artificial del Consejo Superior de Investigación Científica; Daniel Sánchez Crespo, director de Master y catedrático de Inteligencia Artificial en la Pompeu Fabra de Barcelona; Peter Molyneux, creador del juego Fable de Xbox, ejemplo del uso de la Inteligencia Artificial en videojuegos; y Adam Russell, jefe de programación de Inteligencia Artificial de Fable de Lionhead.

- **Electronic Games Show.** World Trade Center, Ciudad de México (México). Fabricantes, desarrolladores, programadores y distribuidores se dieron cita en la exposición más grande de América Latina. El evento reviste importancia pues México ha pasado a convertirse, en tan sólo dos años, en el séptimo mercado de videojuegos a nivel mundial.

NOVIEMBRE

- **Festival Playtime de Civican para Videojuegos.** Pamplona. Fin de semana del 4 al 7 de noviembre. En noviembre se celebró la primera edición de este festival de videojuegos que permite a los visitantes jugar con las últimas novedades y participar en competiciones.
- **ArtFutura 2004.** 5 al 7 de noviembre 2004. La XV edición de ArtFutura se desarrolló en ocho sedes: Barcelona, Granada, Madrid, Pamplona, San Sebastián,



Fuente: www.meristation.com

Valladolid, Vigo y Vitoria. ArtFutura es una feria que sirve para presentar el arte digital de vanguardia tanto en 2D como en 3D. Muestra las piezas de más actualidad en videojuegos creativos, animación por ordenador y efectos especiales, junto con proyecciones audiovisuales, exposiciones y videoconferencias. Este festival está destinado tanto a profesionales como a aficionados. En esta edición, los visitantes pudieron disfrutar de un programa audiovisual que pudo verse los mismos días en todas las sedes. El gran triunfador de este año fue Chris Landreth, vencedor en el ArtFutura Show con su pieza Ryan. Entre el resto de actividades destacaron las esperadas conferencias de Howard Rheingold y de los españoles Carlos Baena y Rodrigo Blas (presentando en primicia "Los Increíbles"), así como la performance de Blast Theory "Can You See Me Now?" en la que participaron 500 internautas, en un espacio virtual donde interactuaban con "corredores" que recorrían las calles de Barcelona.

Un año más la feria contó con el Premio de Creación de Videojuegos Playstation ArtFutura, que pretende difundir el trabajo de los creadores independientes en este campo y apoyar el desarrollo de nuevos proyectos. En esta ocasión el primer premio recayó sobre el videojuego Glest, mientras que Sonoro TV obtuvo una mención especial por parte del jurado.

DICIEMBRE

- **El ejército español lanza un videojuego.**

El videojuego se llama Misión de Paz, y puede descargarse en Internet.

- **Primer videojuego gallego de**

ambientación celta. Bajo el título El Templo, la empresa viguesa Interacción ha desarrollado durante los últimos cinco años

el primer videojuego celta made in Galicia.

- **Festival Animadrid 04** (Festival

Internacional de Imagen Animada de Pozuelo de Alarcón). Este festival contó, en su edición más reciente, con un espacio dedicado íntegramente a los videojuegos por primera vez en su historia. Durante 90 minutos se proyectó un selecto cóctel de intros y escenas cinemáticas. La de 2004 ha sido la V edición.

- **Iberocio 2004.** XIV edición de esta feria

relacionada con las nuevas tecnologías y dedicada a los más pequeños, en la que nos encontramos consolas, simuladores, juegos multimedia e Internet.

RESUMEN DEL AÑO 2004 LANZAMIENTOS

Entre los 1.344 títulos lanzados a lo largo del año 2004, destacan los siguientes:

ENERO

Torrente: El Juego Premium
FX Interactive

FEBRERO

Trainz Railroad Simulator 2004
Friendware

Baldur's Gate: Dark Alliance 2
Virgin

Final Fantasy X-2
Electronic Arts

Underworld: The Eternal War
Proein

MARZO

Rayman 3: Hoodlum Havoc Codegame
UbiSoft

Dos Policías Rebeldes II
Virgin

Neverwinter Nights: Hordes Underdark
Atari

Counter Strike: Condition Zero
Vivendi Universal Games

ABRIL

GTA Vice City Platinum
Take 2

GTA 3 Platinum
Take 2

Midnight Club 2 Platinum
Take 2

MAYO

X-Plane V.7 Flight Simulator
Friendware

Ninja Gaiden
Microsoft

Rise of Nations: Throne & Patriots
Microsoft

The Sims Bustin' out
Nokia

Peter Pan: País Nunca Jamás
Planeta

Lilo & Stitch
Planeta

Singles ¿En tu casa o...?
Codegame (UbiSoft)

RPM Tuning
Virgin

CSI: Oscuras Intenciones
Codegame (UbiSoft)

JUNIO

Harry Potter y el Prisionero de Azkaban
Electronic Arts

Syberia
Friendware

Anno 1602
Friendware

Ashen
Nokia

Singstar
Sony Computer Entertainment

Red Dead Revolver
Take 2

Shrek 2
Proein

Obscure
Virgin

Driver 3 - Driv3r
Atari

Sacred La Leyenda del Arma Sagrada
FX Interactive

**Prince of Persia:
Las arenas del tiempo Platinum**
UbiSoft

JULIO

Spider-Man 2
Nokia

Athens 2004
Sony Computer Entertainment

Spider-Man 2
Proein

Puertas de Troya
Friendware

Formula One 2004
Sony Computer Entertainment

AGOSTO

Dragon Ball Z: Budokai 2 Platinum
Atari

Tom Clancy's Ghost Recon Jungle Storm
Nokia

The Simpsons: Hit & Run Platinum
Vivendi Universal Games

SEPTIEMBRE

Imperivm II
La Conquista de Hispania Premium
FX Interactive

Patrician II Imperio Mares Premium
FX Interactive

Los Sims 2
Electronic Arts

Star Wars: Battlefront
Activision

Colin McRae Rally 2005
Proein

OCTUBRE

Rome: Total War
Activision

El Espantatiburones

Activision

Tony Hawk's Underground 2

Activision

FIFA Football 2005

Electronic Arts

Age of Mithology: The Titans Gold

Microsoft

Crash Bandicoot: Twinsanity

Vivendi Universal Games

Sonic Heroes Platinum

Atari

Winnie the Pooh Special Edition

Planeta

Fable

Microsoft

FIFA Football 2005

Nokia

Grand Theft Auto: San Andreas

Take 2

NOVIEMBRE**Halo 2**

Microsoft

Los Increíbles

Proein

Eye Toy

Sony Computer Entertainment

Leisure Suit Larry: Magna Cum Laude

Vivendi Universal Games

Dragon Ball Z: Budokai 3

Atari

Need for Speed: Underground 2

Electronic Arts

PC Fútbol 2005

Planeta

Metal Slug 3

Virgin

Half-Life 2

Vivendi Universal Games

War Times: European Frontline

Planeta

DICIEMBRE**Call of Duty: Finest Hour**

Activision

Killzone

Sony Computer Entertainment

Prince of Persia: El Alma del Guerrero

UbiSoft

Imperivm III**Las Grandes Batallas de Roma**

FX Interactive

PREMIOS OTORGADOS EN ESPAÑA A LOS MEJORES VIDEOJUEGOS 2004

- **Premios EME 2004.** 1 de marzo de 2004. Séptima edición de estos premios otorgados por los visitantes de Meristation. Los premios estuvieron muy repartidos y no hubo un claro ganador, aunque los juegos más destacados fueron Call of Duty, The Legend of Zelda: The Wind Maker, Pro Evolution Soccer 3 y Star Wars: Knights of the Old Republic.
- **Premios Grupo Zeta.** 14 de marzo de 2005. Celebración de la cuarta edición de los Premios de PlayStation 2 Revista Oficial. Entre los seleccionados estuvieron GTA: San Andreas, título más votado por los lectores como mejor juego de 2004, y Burnout 3: Takedown, premio especial de los redactores de la revista.
- **HOBBY Premios' 04.** 15 de abril de 2005. Otorgados por los lectores de las revistas especializadas en videojuegos del grupo Hobby Press - Axel Springer (Hobby Consolas, Play2Manía o Micromanía entre otras). Destacan entre los galardonados el videojuego GTA San Andreas, elegido juego del año, y Electronic Arts, seleccionada como compañía del año. Otros premiados son la Playstation 2, como consola del año, o el videojuego Might & Magic, elegido mejor juego del año para móviles.

Fuentes

DATOS DEL SECTOR - ECONÓMICOS

REPARTO DEL MERCADO DE VIDEOJUEGOS A NIVEL MUNDIAL

FUENTES: ISFE, Informe OECD 2004

EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE VIDEOJUEGOS EN EUROPA

FUENTES: ISFE, Informe OECD 2004

EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE VIDEOJUEGOS EN EE.UU

FUENTES: ESA, Informe OECD 2004

DATOS DEL SECTOR - SOCIOLÓGICOS

RESULTADOS DEL ESTUDIO SOBRE HÁBITOS Y USOS DE LOS VIDEOJUEGOS

FUENTE: Estudio de Hábitos y Usos de los Videojuegos. EMER GfK

LOS VIDEOJUEGOS: UN FENÓMENO SOCIAL

VIDEOJUEGO ONLINE EN ESPAÑA

FUENTE: Estudio de Hábitos y Usos de los Videojuegos. EMER GfK

INFORME SOBRE PIRATERÍA

INFORME SOBRE PIRATERÍA

FUENTES: Memoria Actividad 2004. FAP (Federación para la Protección de la Propiedad Intelectual)

RESUMEN DEL AÑO

PREMIOS OTORGADOS EN ESPAÑA A LOS MEJORES VIDEOJUEGOS 2004

FUENTES: Hobby Consolas. Hobby Press
Axel Springer - Superjuegos. Grupo Zeta
Meristation - www.meristation.com

DOCUMENTACIÓN GRÁFICA

SITUACIÓN DE LA INDUSTRIA ESPAÑOLA

FUENTE IMAGEN: Pyro Studios

ESPAÑA, EUROPA Y EEUU

FUENTE IMAGEN: Electronic Arts

RETROSPECTIVA DEL VIDEOJUEGO

FUENTE IMAGEN: Donkey Kong™
©1981 Nintendo Co., Ltd.

VIDEOJUEGOS EN MÓVILES

FUENTES IMÁGENES: Gameloft, THQ Wireless

FORMACIÓN EN VIDEOJUEGOS

FUENTES IMÁGENES: UCM - Pyro Studios y Escola Politècnica Superior de Gandía (Universidad Politécnica de Valencia)

ENCUENTRO "LOS VIDEOJUEGOS: EL OCTAVO ARTE"

FUENTE IMAGEN: Meristation - www.meristation.com

VIDEOJUEGOS Y MUJERES

FUENTE IMAGEN: Microsoft

VIDEOJUEGOS Y LITERATURA

FUENTES IMÁGENES: Activision, Electronic Arts

VIDEOJUEGOS Y MÚSICA

FUENTE IMAGEN: Electronic Arts, Sony Computer Entertainment

CAMPUS PARTY 2004

FUENTE IMAGEN: Campus Party

TOKIO GAME SHOW 2004

FUENTE IMAGEN: OJ Games - www.ojgames.com

GTA SAN ANDREAS, MEJOR VIDEOJUEGO PARA CONSOLAS

FUENTE IMAGEN: Take Two Interactive

ARTFUTURA 2004

FUENTE IMAGEN: Meristation - www.meristation.com

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

Alfonso XII, 8 5º Izqda.

28014 Madrid

Tel.- 91 522 43 74 | Fax.- 91 521 37 42

info@adese.es | www.adese.es