

Arte y dinero en el bazar del videojuego

Durante tres días, los grandes creadores y empresarios de un sector que genera 70.000 millones de euros han explicado en el salón Gamelab de Barcelona las claves del éxito

El País, Ángel Luis Sucasas Fernández (27/06/2014)



Imagen de 'Rise & Shine' un videojuego en 2D que recuerda al cómic europeo y que pone al jugador en la piel de un chaval que se enfrenta a la guerra de todos los personajes.

El futuro del videojuego es lo virtual. El futuro del videojuego es el arte. El futuro del videojuego es Latinoamérica. El futuro del videojuego es volver a ser un dios. Los mil rostros de este sector, tanto en su dimensión creativa como industrial, se han mirado durante tres días en el gigantesco espejo del Gamelab Barcelona 2014, el encuentro internacional de la industria española con las principales figuras mundiales, que este año ha cumplido una década. Una cita que se ha convertido en el contexto perfecto para debatir sobre el pasado, presente y (sobre todo) futuro de un medio que hace tiempo ya factura más dividendos que la industria del cine: en concreto unos 70.000 millones de euros en 2013, el doble de la taquilla de cine anual. Y la única, junto con la del cómic, que ha seguido creciendo durante la crisis.

Algunas conclusiones tras el cierre (ayer) del salón. El nuevo paradigma de la creación de videojuegos es, según Shuhei Yoshida, presidente de Sony Worldwide Studios, lo virtual: “Si mi abuela estuviera viva, sé que le habría encantado. En una *demo* para ordenador pude darle de comer a un dinosaurio. Es algo que puede llegar a fascinar a cualquiera”. La lucha está servida, porque los grandes titanes tienen su propio periférico: Oculus Rift para Facebook, Morpheus para Sony y su Playstation y el novísimo Google Cardboard, anunciado ayer por el titán. En todos los casos, la idea es la misma: ponerse un casco/visor/banda que cubre por completo el campo de visión y

sustituye la realidad por otra cosa, sea convertirse en un Luke Skywalker a punto de atacar la Estrella de la Muerte en *La guerra de las galaxias* o en un caminante por un paisaje de ensueño.

GANADORES DEL GAMELAB

Mejor juego del año

Castlevania lords of shadow 2 (Mercury steam)

Mejor tecnología

Castlevania lords of shadow 2 (Mercury steam)

Mejor diseño de juego

Full mojo rampage (Over the top games)

Mejor dirección artística

Los ríos de Alice (Delirium Studios)

Mejor música y sonido

Los ríos de Alice (Delirium Studios)

De lo ya creado, a la reflexión sobre quién creará los juegos del mañana. Por lo visto y oído en Barcelona, los grandes *blockbusters* van a la baja y los diseños experimentales al alza. Tres de las principales figuras invitadas —los gurús Tim Schafer (Monkey Island), Peter Molyneux (Fable) y Keiji Inafune (Megaman)— coinciden en una idea que además han llevado a la práctica: con el *crowdfunding*, los creadores ya no necesitan a los distribuidores y pueden vender sus obras directamente al consumidor. Algunos como Peter Molyneux, que no ha podido viajar a Barcelona pero que dio una magistral ponencia vía Skype, se han mostrado así de radicales: “Los triple A [superproducciones] están constreñidos por los géneros. Los juegos de móvil y tableta, por no saber quién es su público. Creo que hay que innovar radicalmente”.

En esa búsqueda de la originalidad tienen mucho que decir España y Latinoamérica. Durante la feria se pudo disfrutar en los *stands* con juegos de excelente acabado artístico y alocadas ideas. Por ejemplo, *Rise & shine* (Super Awesome Hyper Dimensional Mega Team), un hermoso juego en 2D con un aspecto visual que recuerda al cómic europeo de línea clara. Latinoamérica y los 600 millones de hispanohablantes en todo el mundo recordaron su importancia con el éxito de la obra argentina *Preguntados*: 12 millones de usuarios y uno de los 10 juegos de móvil más populares a nivel mundial.

En las terrazas que rodean la Filmoteca de Cataluña se juegan las habas los futuros creadores. Se trata de conseguir a alguien que financie y venda su proyecto. Pero hay

que tener mucho cuidado con quién se elige, como explica Jordi de Paco, ganador del premio al Mejor Debut con su *Gods will be watching* (Deconstructeam): “Un buen *publisher* [el que financia y distribuye] tiene que darte esto: propiedad intelectual de tu videojuego, una cuota de beneficio razonable y una libertad para que des lo mejor de ti”.

Ese ideal es el que encontró en Devolver Digital, que se ha venido a Barcelona con un cazatalentos, Andrew Parsons, que explica cuál es su método para encontrar diamantes: “Hacemos lo contrario que la industria. Lo que un *publisher* normal haría es decirte: ‘Si trabajas conmigo, te doy esto’. Nosotros hacemos lo contrario, preguntamos a la gente: ‘¿Qué necesitas para terminar tu idea?’. Y nos suelen contestar sinceramente”. No les va mal con el sistema: su equipo de seis personas ha conseguido vender más de dos millones de juegos con *Hotline Miami*.

La clave de estos tres días en el gran bazar de Barcelona no fue, sin embargo, ni el negocio ni lo virtual, ni tampoco la pica en Flandes de España en el sector. La clave fue... la creatividad. El arte. “Tenemos que dejar de tener vergüenza de llamarnos artistas”, reivindicó Tim Schafer ante un auditorio rendido a un creador que habló de Carl Jung, de Gaudí y del diamante que todo ser humano esconde. Más lejos llegó Peter Molyneux, que a sus 55 años ha dado portazo a Microsoft, gastado todos sus ahorros en fundar un estudio y jugársela con un retorno al género casi extinto que él inventó hace dos décadas: jugar a ser un dios. Lo hace porque cree que todos los éxitos de esta industria aún se pueden dinamitar: “Clive Sinclair [creador del ordenador ZX Spectrum] lo dijo en los ochenta: ‘Los juegos son una nueva forma de entretenimiento que será más dominante que el cine, la televisión o la música’. Lo que esconde esa frase es que los juegos pueden llegar a ser para todos, un público inmensamente mayor del que ya tenemos. Y ese es mi nuevo juego”. Un juego (*Godus*) en el que, por cierto, habrá solo una persona en el mundo, elegida tras un peculiar sorteo, que será Dios. El dios de todos los usuarios.

CIFRAS DE VÉRTIGO

Grand theft auto V, el juego más popular del momento, superó en beneficios a toda la industria de la música.

El **videojuego** ha doblado la taquilla mundial del cine durante 2013, recaudando entre 60.000 y 70.000 millones de euros.

En **2013**, la industria generó en España 313 millones de euros.

Hay **330 compañías** dedicadas al videojuego en España, con unos 4.200 puestos de trabajo en 2013.

El **56% de lo que gana** la industria española viene del extranjero.

Se calcula que casi uno de cada dos españoles juegan a videojuegos (19,5 millones), la misma media que en Europa.

El gran éxito de los *indies*, Minecraft, lleva más de 50 millones de copias vendidas, superando al *Grand theft auto V*.

El precio medio de una novedad para consola ronda los 60 euros, tres veces lo que vale un libro o un DVD o CD y ocho veces más que una entrada de cine.