



Jordi Linares hace una demostración en su tableta de su videojuego «Spinning Top». FERRAN MONTENEGRO

La supervivencia del sector de los videojuegos. La Universitat Politècnica de València organizó ayer la jornada «Emprendedores y oportunidades de negocio en la industria del videojuego», un sector que sobrevive pese a la crisis.

Píxeles contra la crisis

► Los ponentes destacan la importancia de la creatividad en la creación de un videojuego

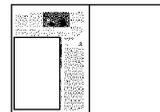
ÁLEX SERRANO VALENCIA

■ A pesar de la crisis, el sector de los videojuegos solo bajó la facturación un 5% en 2010 respecto al año anterior y uno de los sectores que más creció fue el de los videojuegos tradicionales en línea. La Universitat Politècnica de València (UPV) batió récords de descargas hace un par de meses con el videojuego Spinning Top Adventure, diseñado por alumnos e investigadores del campus de Al-

coi y basado en el tradicional juego de la peonza. Con datos como estos, de la jornada «Emprendedores y oportunidades de negocio en la industria del videojuego» que organizó ayer la UPV se puede extraer la idea de que el sector capea bien la crisis.

Pero, ¿qué necesita una empresa para sobrevivir a la difícil coyuntura económica? Según Tomás Marco, «project manager» de Nerlaska Studio, tienen que

tener «liderazgo, un equipo entregado, talento, inspiración, tecnología rápida y preparada, productores que conozcan el entorno y muchos fondos», a unque se empiece desde la afición, como DevilishGames, cuyo director, David Ferriz, destacó que una salida a la crisis puede estar en los «advergaming»: juegos creados específicamente para vender un producto. «Ahora son el 70% de nuestra facturación», aseguró Ferriz.



Una imagen de la VII Jornada sobre Tecnologías Gráficas y Visión por Computador, ayer, en la UPV. / MANUEL BRUQUE (EFE)

El esplendor del 'Mario Bros'

Expertos del mundo del videojuego muestran las oportunidades de este negocio en la Universitat Politècnica de València

ALBERTO G. PALOMO
Valencia

Hay quien ve en el videojuego un pasatiempo extraño y automático. Muchos sociólogos lo acusan de favorecer la inevitable individualización del ser humano. Para otros, sin embargo, es un mercado en expansión y una oportunidad de desarrollo artístico. Por este derrotero transitó ayer la VII Jornada sobre Tecnologías Gráficas y Visión por Computador que tuvo lugar en la Universitat Politècnica de València (UPV), donde usuarios y expertos del mundo del videojuego se reunieron para mostrar las alternativas de este negocio.

"Las nuevas tecnologías y el videojuego están en su época dorada", afirmó Tomás Marco, director de proyectos del estudio Nerlaska. Este empresario de la Vall d'Uixó, en Castellón, comenzó en los años noventa y aho-

ra está presente en 115 países. "La veterania te enseña dónde están los casos de éxito y de fracaso", relataba, "pero si creas un ecosistema de trabajo pequeño y rápido se abren las posibilidades".

De hecho, según los organizadores, el mundo de los videojuegos factura alrededor de 1.250 millones de euros solo en España. Ni siquiera la crisis, que rebajó el beneficio un 5% en 2010 con respecto al año anterior, ha hecho mella: "Estamos en un ámbito que destaca por la creatividad", remarcaba Jordi Linares, profesor de la UPV y creador del juego *SpinningTop Adventure*. "y la generación que se incorpora ahora tiene una visión muy distinta y puede aportar mucho". "Es un momento muy dulce donde el talento tiene recompensa", sentenciaba.

Este tipo de ocio, no solo conocido por clásicos como el *Super Mario Bros*, abre las

puertas a distintas ramas laborales. Desde el mundo artístico hasta el informático: "Es un universo que agrupa a diseñadores gráficos, estudiantes de bellas artes, músicos, programadores o exper-

Hay empleo para músicos, diseñadores o informáticos

Esta tecnología también se está utilizando en terapias médicas

tos en *marketing*", explicaba Ramón Mollá, investigador del Instituto de Informática y Automática Industrial *ia2* de la UPV, "que ahora ha multiplicado su abanico de oportunidades gracias a los

nuevos soportes como las tabletas electrónicas o los *smartphones*", señalaba. Otra de las facetas que ofrece esta tecnología —aparte de la lúdica— es el uso médico: "Se están llevando a cabo tratamientos de rehabilitación neuronal o de estimulación física", añadía Mollá.

Los ponentes destacaron que, a pesar de que en nuestro país solo constituya un 1% del total del mercado, el videojuego es la cuarta potencia de consumo en Europa: "Hemos pasado de lo táctil a lo visual", indicaba Linares. "Ahora no importa tener una empresa aquí o en Silicon Valley, porque una de las ventajas de la globalización es la ubicuidad", recordó. Unas 30 personas, mientras, anotaban pistas para su futuro profesional: "Tiene bastantes salidas", confirmaba P.L., una diseñadora de 22 años, "pero lo más seguro es que haya que irse fuera", reflexionaba.



OCIO

Los videojuegos de Castellón se dan a conocer en Valencia

R. D.
CASTELLÓN

Varias empresas de Castellón participaron ayer en una jornada sobre Emprendedores y Oportunidades de Negocio en la Industria del Videojuego, organizada por la Universitat Politècnica de Valencia. Entre los participantes figuraba Ninja Fever, ubicada en Vila-real, cuyo responsable, Emilio Molina, asegura que ya dedican un 10% de su producción a diseñar productos con la misma tecnología que un videojuego, pero para empresas de sectores completamente diferentes. Además, estuvo Nerlaska, que ha logrado situar sus videojuegos en más de 50 países.

Y entre los desarrolladores

La Politécnica reúne los productos de las firmas Ninja Fever y Nerlaska

se encontraba también el de *Zombie Panic in Wonderland*, que ha conseguido ser número uno en el mercado japonés.

Los asistentes a la jornada pudieron disfrutar de diversas *demo-reels*, así como hablar con los diseñadores de los videojuegos más internacionales realizados en la Comunitat.

Según la Asociación española de distribuidores y editores de *software* de entretenimiento, más de la mitad del gasto en ocio audiovisual en España es consecuencia de los videojuegos. A pesar de la crisis, el sector solo bajó la facturación un 5% en 2010 y fue uno de los sectores que más creció fue el de los videojuegos en línea. ≡

El videojuego, una industria sin paro ni crisis

El desarrollo y la extensión de las nuevas tecnologías, especialmente a través de los dispositivos de telefonía móvil, ha elevado la industria del videojuego a un estrato en el que apenas se percibe la crisis y donde no existe el paro, convirtiéndose en un sector que demanda trabajadores en España.

Así lo han atestiguado diferentes desarrolladores y empresarios que han participado en una jornada de la Universidad Politécnica de Valencia (UPV) sobre oportunidades de negocio en un mercado que facturó 1.250 millones de euros en España durante 2010, cifra que representa la mitad del gasto en ocio audiovisual.

Sin embargo, a pesar de ser la sexta potencia mundial en consumo, el desarrollo del software de entretenimiento en España apenas alcanza el 1 por ciento del mercado, frente al 15 por ciento de media de los países europeos, lo que supone una pérdida de oportunidad y una notable dependencia tecnológica externa.

'Hace falta gente, en este sector no hay paro', resume en declaraciones a Efe Jordi Linares, profesor y programador de un videojuego que ha alcanzado el número dos en la lista nacional de ventas.

'Este mercado esta en un muy buen momento, y en España hay cabida para más desarrollos, empresas y emprendedores, porque además los teléfonos móviles y las tabletas ofrecen unos modelos de negocio muy interesantes', advierte.

El responsable de la línea de investigación de la UPV, Ramón Mollá, apoya este indicador: 'La crisis actual ha afectado algo, pero desde luego nada comparable al resto de sectores'.

Una de las claves del auge de esta industria reside en la nueva realidad social configurada por desarrollo de los teléfonos móviles y de las tabletas tipo Ipad, además de la constante y creciente necesidad de ocio.

'La gente necesita jugar', pero es que además 'todo el mundo juega'; el perfil del jugador se ha 'universalizado' y trasciende a la etapa infantil y adolescente, alcanzado la edad adulta y llegando incluso a los mayores, que utilizan los juegos para hacer ejercicio, constata Linares. Las nuevas consolas captan el movimiento y posibilitan la interacción, lo que invita al 'juego en familia', y además 'siempre hay una aplicación para teléfonos que se adapta' a tus preferencias, añade.

Otra de las claves de este éxito es el 'micropago', factor que proporciona un mercado 'global' y que además contribuye a sortear la piratería informática.

'Por un euro o dos puedes descargar un juego que en un contexto anterior podía costar hasta sesenta, esto beneficia a desarrolladores y a consumidores, y además limita la piratería', argumenta.

El videojuego, señala Linares, es hoy en día 'un producto excelente, disponible en todo el mundo y a un precio muy competitivo', razones que le transportan hacia un éxito seguro.