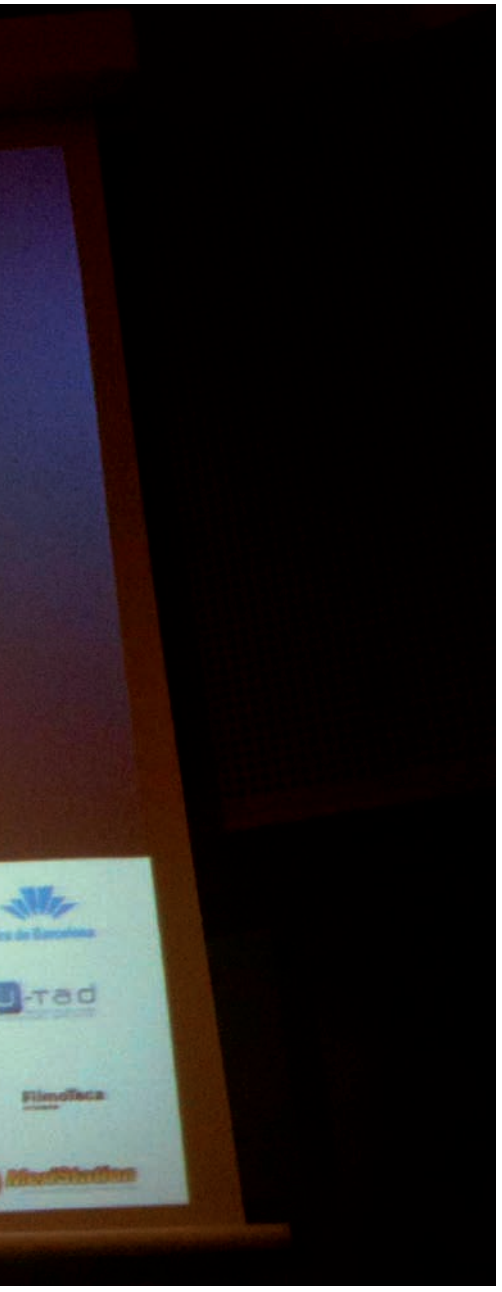
Catalunya explota el filó dels videojocs

EL TEMPS

Barcelona acull aquesta setmana Gamelab, una de les fires més importants del sector dels videojocs a Europa. De fet, aquesta indústria es va convertint en un sector estratègic a Catalunya i nombroses empreses amb DO catalana ja triomfen arreu del món.

Qui ho deia que la tecnologia era un món governat pels Estats Units i el Japó? Catalunya també s'hi obre pas amb un *boom* d'empreses dedicades al desenvolupament de programari per a la indústria dels videojocs. El currículum de Novarama, per exemple, inclou el videojoc Invizimals de la Playstation Portable (PSP), que va esdevenir èxit de vendes i va situar-se com a tercer joc més venut l'any 2009 en aquesta consola de Sony. També és un brot verd Digital Legends Entertainment, una empresa dirigida per Xavier Carillo que s'ha convertit en un referent mundial en el desenvolupament de videojocs per a mòbils i més dispositius, com ara l'iPad. Aquesta firma catalana ha pogut col·locar algunes de les seves creacions en el lloc més alt de les llistes de vendes d'iTunes, el servei de venda i descàrrega d'Apple a internet.

Un sector de futur. Els videojocs ja són la primera indústria cultural



en volum de facturació al món. Però, com explica Xavier Carillo, quan van fundar l'empresa fa deu anys, la visió que la societat tenia d'aquesta indústria era més aviat negativa, perquè "s'assimilava a la violència, al sexe, a l'homicidi". Aquests darrers anys, aquesta percepció s'ha anat modificant a mesura que apareixien jocs i consoles amb formes de joc noves. Jordi Sánchez Navarro, professor de la Universitat Oberta de Catalunya i expert en videojocs, creu que aquestes innovacions amplien el mercat, perquè capten nous públics que abans no s'haurien atrevit a jugar amb una videoconsola. Reconeix que la majoria d'empreses catalanes del sector amb una certa trajectòria "van ser iniciatives individuals de gent que se n'ha sortit, però que en aquell moment només pensaven a sobreviure i no confiaven a poder construir un projecte de futur".

El director de Digital Legends Entertainment recorda que quan van triar el lloc d'implantació de l'empresa es van decidir per Barcelona, després d'estudiar més localitzacions arreu d'Europa i Espanya, per les facilitats de finançament i sobretot perquè es percebia un interès generalitzat i una predisposició a desenvolupar aquest sector que no es detectava en algunes altres ciutats: "Aquí s'activaven tot de mecanismes de finançament d'empreses tecnològiques a través del Centre d'Innovació i Desenvolupament (Cidem), programes amb universitats realment molt interessants i dinàmics".

Però, què ha de tenir una empresa per a sobreviure i triomfar en aquest sector tan competitiu? Segons Carillo, en aquest sector només hi ha lloc per a les empreses que es troben en un entorn evolutiu permanent, és a dir, que les condicions inicials amb què inicien un projecte canvien i, així i tot, resisteixen. En segon lloc, cal tenir un equip multidisciplinari: "Tenim enginyers, amb una mentalitat molt analítica i quadrada, que conviuen amb artistes, una combinació que dóna molt bons resultats", sentencia.

Un sector estratègic. El 2009, l'Institut Català de les Industries Culturals (ICIC) va reconèixer el sector del videojoc com a indústria cultural, i tot just fa uns quants dies, el conseller de Cultura, Ferran Mascarell, va anunciar que l'ICIC inaugurarà un servei dedicat a l'àmbit del videojoc. Aquest suport de l'administració pública catalana posa a disposició del sector totes les eines amb què compten actualment uns altres sectors del món de la cultura, una circumstància que podria marcar un abans i un després en aquesta indústria. Això possibilita l'accés a tot un seguit d'ajudes per a implantar o crear empreses competitives a Catalunya. Fèlix Riera, director d'aquesta entitat, admet que "era il·lògic de pensar en una estratègia des de l'ICIC sense encabir molt bé l'àmbit del videojoc dins la dinàmica dels sectors". Sobretot tenint en compte que aquest sector representa el 53% de la quota de mercat de les indústries àudio-visuals i interactives a l'estat espanyol. És per això que l'administració ha donat suport a la fira Gamelab. Amb aquest projecte, l'ICIC pretén posar el focus sobre aquest àmbit econòmic, malgrat que és conscient que per part de les indústries creatives o de les empreses culturals encara no és gaire conegut.

Els videojocs ja són la primera indústria cultural en volum de facturació al món

També s'establiran fòrums de relació entre diversos sectors, amb l'objectiu de crear un grau de coneixement per part d'alguns que habitualment no han tingut relació amb el videojoc. La indústria del videojoc s'integra perfectament amb el model d'empresa que volen impulsar les administracions, perquè "és un sector que té un gran potencial econòmic, genera molt valor als països on hi ha situades aquestes indústries i tant en l'origen de les operacions que ells dissenyen com en el resultat final, la mentalitat és absolutament internacional", rebla Riera.

En aquest sentit, Xavier Carillo recorda que la seva facturació és cent per cent internacional: "El 2003 treballàvem molt amb Nokia i la balança comercial d'Espanya-Catalunya-Finlàndia era molt complicada, perquè es venia molt poc, però nosaltres érem una part prou important d'allò que s'exportava d'Espanya, amb quasi l'1%. Treballem amb Corea, tenim clients a Finlàndia, als EUA, Suècia, Anglaterra, l'Índia, la Xina i el Japó." I és per això que les cinc o sis principals empreses del sector, agrupades a l'associació d'empreses de l'estat espanyol desenvolupadores de videojocs i programari d'entreteniment (DEV), es van reunir per guanyar-se la confiança de les institucions.

Les institucions veuen en la fira Gameland l'oportunitat d'impulsar la

EL TEMPS

El sector representa el 53% de la quota de mercat de les indústries àudio-visuals a l'estat espanyol.

projecció internacional i el negoci a la ciutat de Barcelona. En aquest sentit, Felix Riera remarca que tots els sectors que aportin feina, dinàmiques de negoci, com és el cas dels videojocs, necessiten una bona empenta. El videojoc va aportar uns ingressos a l'estat de 1.245 milions d'euros el 2010. "És una quantitat no negligible i hem de començar a entendre que Catalunya, en aquest volum, aporta les seves empreses i professionals, però també hi aporta una part important dels seus consumidors", valora Riera.

Nous formats, nous clients. Aquests darrers anys, la indústria del videojoc ha buscat noves formes d'expandir el seu nínxol de mercat. És el cas de la consola de Nintendo, la Wii, que s'ha convertit en un èxit de vendes i fins i tot en certs moments va arribar a ser la consola més venuda al món, més que no pas les seves principals competidores, la Playstation 3 i la Xbox 360. Quan va sortir a la venda, la Wii era l'únic aparell que controlava i utilitzava els moviments, convertia el cos en control del videojoc. De seguida, els equips de Sony i Microsoft es van adonar que era important i van treure els seus sistemes propis de sensor de moviment. Però les innovacions no s'acaben aquí. L'aparició de dispositius com ara l'iPad, amb una gran pantalla tàctil, permet de desenvolupar jocs innovadors, més en la manera de jugar que no pas perquè excel·leixin en rendiment o gràfics.

Jordi Sánchez Navarro, professor de la UOC, assegura que els jocs tradicionals no deixaran d'existir, però que la millora tècnica continuarà essent un "factor de venda important, tot i que el menys important perquè, de fet, aquest tipus de valoració tècnica va associada a un tipus de públic molt concret, el *hardcore*, el públic que hi esmerça moltes hores, que està sempre al dia de les novetats tècniques". Al costat d'aquest públic més especialitzat, n'hi ha un altre de més esporàdic, que senzillament veu el videojoc com una manera de passar una estona agradable amb els amics, i que demana coses diferents. I les empreses veuen molt clar que cal tenir cura de tots dos públics, per bé que si "s'ha de privilegiar un públic sobre l'altre, serà aquest més informal, més interessat en formes divertides de control", diu el professor.

El futur del sector. Xavier Carillo, director de Digital Legends Entertainment, creu que en un futur hi haurà dos elements importants a tenir en compte per a dimensionar el sector: la distribució, que serà digital, i l'arquitectura dels xips, que ja comencen a anar incorporats en ordinadors portàtils i televisors. De fet, totes les grans companyies del món del maquinari es van establint com a nous amos de la distribució. És el cas d'Apple, Sony, Microsoft o Nintendo, que comencen a generar un gran volum de negoci amb la distribució digital. "Els televisors vindran amb xip integrat i, gràcies a aquest avenç, arribarem a la taxa més alta de penetracions de consoles a casa i es podran comprar els videojocs a través de la televisió. Per una altra banda, si tot això ho combines amb la tecnologia del *cloud*, el teu contingut és a la xarxa o al teu mòbil, o a l'iPad o allà on tinguis connexió a internet. Per tant, arribes a tot arreu", afegeix Carillo.

I com que tots els jocs es desenvoluparan a partir del mateix xip, es podrà jugar al mateix joc en diverses plataformes. Podran canviar les formes, però la indústria del videojoc sembla que té corda per a estona, al nostre país.

Joan Tomàs