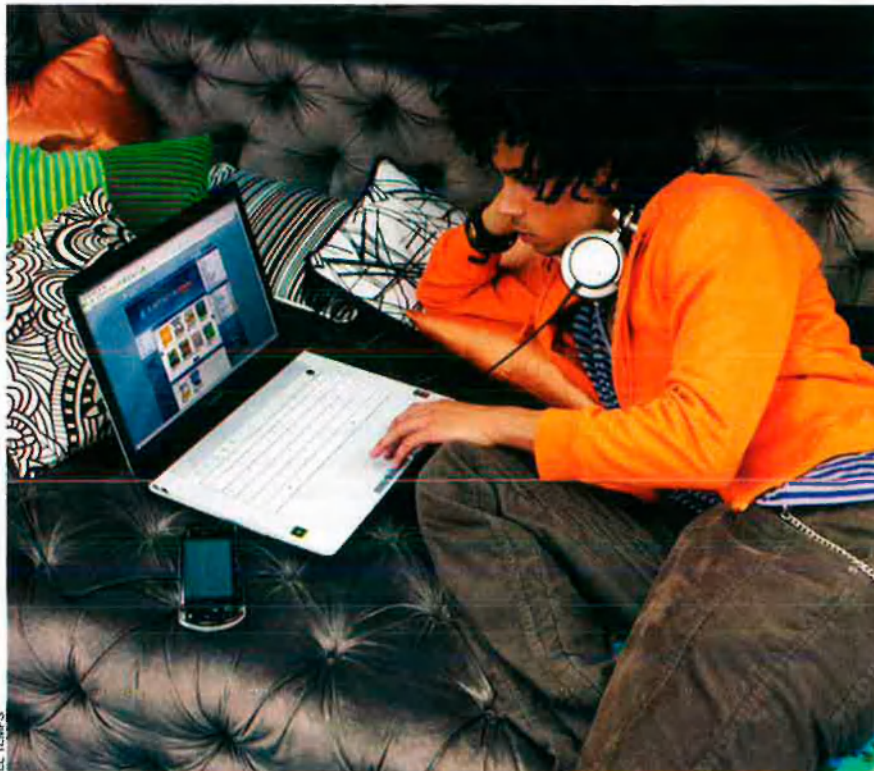


Videojocs, un futur incert



El mercat dels videojocs mou xifres molt importants. El consum d'aquests productes augmenta, però la indústria autòctona es troba en una fase embrionària, i els èxits de vendes corresponen a les grans multinacionals nord-americanes i japoneses. Així i tot, hi ha opcions interessants de futur per a les companyies catalanes.

El Regne Unit, Alemanya i França encapçalen el rànquing europeu de producció de videojocs, una de les indústries més potents dins el món de l'oci. Darrere d'aquestes potències ve, a molta distància, l'estat espanyol, que l'any passat va facturar 1.454 milions d'euros, una xifra molt més elevada que els 644 milions que va aportar el cinema o els 284 milions de la indústria musical. El programari d'oci dona feina a unes 5.000 persones, però només un 5% es dedica a la

creació; la resta s'encarreguen de la distribució i la venda de productes fets a fora. Qui empeny aquesta indústria és Catalunya, tant amb empreses autòctones com amb seues de multinacionals que han triat el Principat com a centre neuràlgic de disseny dels productes de lleure. És el cas de Gameloft i Unisoft, dues multinacionals franceses que hi tenen els centres de desenvolupament. Nascuts a Catalunya, es destaquen dos estudis que treballen en jocs per a PC i videoconsoles –Digital Legends

i Novarama–, una companyia editora i distribuïdora –On Games (filial de Planeta de Agostini)– i estudis que desenvolupen aquests productes per a telèfons mòbils o programari educatiu. De fet, durant la darrera dècada s'ha passat de tres estudis de producció rellevants a uns nou.

Al País Valencià també hi ha un panorama incipient pel que fa a la creació. La més potent és Kitmaker, una empresa de Vila-real que va néixer el 2005 i que ja és un referent en el sector de videojocs per a mòbils. Enguany, s'ha posat en funcionament TayKron Games, també especialitzada en productes per a telefonia, però que no descarta ampliar activitats cap a consoles portàtils.

Així mateix, hi ha una bona oferta formativa en aquest àmbit. Centres com La Salle (pionera en ensenyament multimèdia) i universitats com la Pompeu Fabra, la Politècnica de Catalunya o la Universitat Politècnica de València ofereixen estudis en creació de videojocs –normalment en format de màster o postgrau. Bona part del professorat són persones vinculades amb les empreses, cosa que genera una bona base de contacte entre el sector i la universitat.

Perfil de les empreses. Ubisoft és un dels gegants en la indústria dels videojocs mundial, present a 23 països i amb una facturació anual d'uns 900 milions d'euros. Un dels seus 15 estudis de desenvolupament es troba a Sant Cugat del Vallès. Aquest equip ha tret al mercat més d'una desena de títols des que es van instal·lar, el 1998. En aquesta línia, David Darnés, director de projectes de la companyia, explica que "ara treballem en un títol per a la wii que el presentarem a la propera fira E3", esdeveniment anual de referència al sector, que té lloc a Los Angeles i on les principals empreses presenten les seves novetats.

L'altra multinacional francesa, Gameloft, és un referent mundial pel que fa a desenvolupament de videojocs per a telèfons mòbils, un sector que des de començament de la dècada ha multiplicat per deu el nombre de jugadors amb aquestes terminals.

Pel que fa a les empreses autòctones amb més projecció, des del 2001, Digital Legends ha llançat diversos títols d'èxit al mercat, com ara One.

Treballa tant en el desenvolupament de jocs per a plataformes tradicionals (ordinadors i videoconsoles) com per als nous formats portàtils. Tot i ser una empresa relativament jove, molts dels seus membres han treballat en gran projectes.

Novarama és una altra empresa catalana amb una presència relativament important al mercat. Vinculada a la Universitat Pompeu Fabra, un dels seus projectes de més èxit ha estat *Fallen Lords*. Aquesta companyia ha treballat sovint amb On Games, distribuïdora de Planeta DeAgostini, que ha fet sortir al mercat més projectes dissenyats per estudis catalans.

Panorama incert. Però, tot i que sembla que hi ha un bon punt de partida, tant els responsables de les empreses com els experts del món universitari coincideixen a assenyalar que encara no es pot parlar d'una veritable indústria, especialment en comparació amb més llocs del món. Per a David Darnés, "a Catalunya hi ha molta creativitat, però el problema bàsic és que hi ha poca indústria on desenvolupar-la i la majoria de gent que hi vol treballar ha d'anar fora". En la mateixa línia s'expressa Xavier Carrillo, director general de Digital Legends, que afirma que "encara no es pot parlar d'un sector desenvolupat".

A parer d'Oliver Pérez, membre de l'Observatori de la Producció Audiovisual de la UPF, hi ha aspectes que es poden transformar en oportunitats per a la indústria catalana, "com els lligams amb les grans multinacionals franceses

o l'empenta de joves companyies amb projecció internacional, com ara Digital Legends o Novarama". Respecte a la situació embrionària, Pérez creu que és un tret negatiu comú a tot el sector europeu; "l'hegemonia del mercat ja fa temps que és a les mans de les grans multinacionals japoneses i nord-americanes".

Futur als mòbils. Una alternativa que es presenta per a les empreses de casa nostra és el segment del mercat destinat a videojocs per a telèfons mòbils. Desenvolupar un producte per a videoconsoles o ordinadors requereix molts recursos; "cada cop fer un videojoc s'assembla més a produir una pel·lícula, requereix una inversió mínima de 3 milions d'euros, dos anys de treball i equips que poden arribar a les 100 persones", adverteix Xavier Carrillo.

Per contra, un videojoc per a mòbils requereix una inversió d'uns 150.000 euros, i tres persones en sis mesos ja poden desenvolupar un projecte. A l'estat espanyol hi ha prop de dos milions de persones que juguen habitualment amb aquest tipus de plataforma. Per a Oliver Pérez, es tracta d'una bona oportunitat per al sector, i la presència de companyies d'aquest àmbit com Microjocs, Gaelco o Gameloft "ha fet que la producció de jocs per mòbil esdevingui un tret característic de la indústria catalana". I afegeix que, "tot i generar uns beneficis més modestos, es tracta d'una oportunitat interessant de cara al futur".

A València, Kitmaker ha avançat a passos de gegant només en tres anys.

Amb un equip de cinquanta persones s'ha especialitzat en la creació de jocs per a telèfons mòbils que són adaptació de jocs de taula, o que ajuden a desenvolupar l'activitat mental (entrenament de memòria o aprenentatge d'idiomes). Els seus productes són disponibles a deu països, i ha signat acords per a la distribució amb el gegant de la telefonia Nokia.

Així i tot, no es tracta d'un camí fàcil. Segons Antonio Rabanera, director de màrqueting de Gameloft a l'estat espanyol, el desenvolupament de jocs per a mòbils "pot ser una bona oportunitat, però també hi ha un pes important de les grans companyies internacionals, i els costos de descàrrega des del mòbil encara són molt alts aquí".

Tornant al panorama general dels videojocs català i mirant al futur, tant empreses com universitats reconeixen que hi cal més suport de l'administració, i especialment l'estatal. Tal com explica Xavier Carrillo, de Digital Legends, "el CIDEM dona ajudes, però en caldrien més per a poder engegar projectes que animessin els inversors privats a mirar la indústria dels videojocs". Oliver Pérez creu que caldria una estratègia conjunta d'àmbit europeu, seguint l'exemple del cinema "que va crear una xarxa de suports públics per resistir la competència de Hollywood". I en el cas de Catalunya, el professor de la UPF apunta que "es podria promoure Barcelona com a centre de creació i desenvolupament atraient més empreses multinacionals com Ubisoft".

Ivan Giménez

