

Creadores de videojuegos argentinos se muestran en San Francisco ante los top del mundo

Capital Federal - Unos 100 creadores de videojuegos argentinos se presentarán en dos ferias simultáneas. En el país se trata de una exportación no tradicional que factura 500 millones de pesos anuales.

Algunos por su cuenta, otros ayudados por la Cancillería y el Consulado argentinos en Los Angeles, otros por el Ministerio de Cultura y algunos más por el Gobierno de la Ciudad, los desarrolladores locales participarán -partir del lunes y hasta el 3 de marzo- de la GameConnectionAmericas y la GameDevelopmentConference, con el objetivo de conseguir financiamiento y representantes de publicación (publishers, en la jerga).

Ambas ferias están solo a 10 minutos de distancia: la primera, GCA, en AT&T Park de la costanera de la Bahía de San Francisco, pone el acento en los negocios; y la competidora, GDC, en MosconeConvention Center, hace eje en las novedades tecnológicas y el diseño.

El sector de videojuegos tuvo un crecimiento exponencial en la Argentina en los últimos 10 años, y hoy es un nicho de exportación no tradicional. Sin cifras oficiales de la industria como tal, en el sector sostienen que conforman un universo de unos 150 desarrolladores registrados, con medio millar de juegos reconocidos.

La mayor parte se concentra en la Ciudad de Buenos Aires (42%), y le siguen las provincias de Buenos Aires (23%), Córdoba (10%), Mendoza y Santa Fe (5%), según Alejandro Iparraguirre, coordinador del área en el Ministerio de Cultura, quien participará de las ferias.

Sin embargo, a nivel negocios, la Asociación de Desarrolladores de Videojuegos de Argentina calcula que se vende al exterior el 95% de lo producido. Los principales destinos: Estados Unidos, Europa y Asia.

En su mayoría se trata de pymes que emplean entre 8 y 15 personas, lideradas por emprendedores que no superan los 40 años. Con un promedio de empleados jóvenes (27 años), la industria en ascenso emplea a 2.000 personas entre diseñadores, artistas e ilustradores 2D y 3D, programadores, ingenieros, guionistas, controladores de calidad y músicos.

Juegos locales como "Preguntados", "Master of Orion" y "Scratches" fueron reconocidos a nivel global como éxitos, "tanto por su popularidad como por su facturación", y contribuyeron a llevar a la Argentina como el productor de videojuegos número uno de América latina.

El primer videojuego argentino resultó ser la réplica digital del emblemático juego de cartas de

truco, creado en 1982 por Ariel y Enrique Arbiser. Claro: la tecnología utilizada en aquel entonces dista mucho de la de hoy.

El "Truco 1982" corrió en lenguaje basic y llegó a las primeras PC en 1985. Hoy, por el contrario, llevan la bandera argentina juegos de realidad virtual o que usan las criptomonedas para el autofinanciamiento de los emprendimientos, como el caso de Voxelus, creado por rosarinos y que se destaca en una industria muy competitiva a nivel internacional.

Desde hace 5 años, los videojuegos son considerados en el país como una "industria cultural" pero el nivel tecnológico y las empresas que participan en el sector hacen que la clasificación económica choque con la de desarrolladores informáticos, cuya área tiene presencia en el Ministerio de Ciencia y Tecnología.

Una firma grande es QB9, que empezó como productora de videojuegos casuales y fue comprada por el Grupo Clarín en 2013. Otro peso pesado es Globant, que no crea videojuegos locales sino que les hace trabajos parciales o por encargo a los gigantes mundiales del sector. Desde nace tres años, líneas de subsidios -como el Fonsoft- financian el 70% del proyecto hasta 3 millones de pesos. Pero los desarrolladores de videojuegos expresan a coro que no hay una línea específica para el sector, cuyo costo es un 80% en capital humano.

En 2016, por primera vez, los ministerios de Cultura y de Producción comenzaron a realizar mesas sectoriales que reunieron a toda la cadena de valor, agregó Iparraguirre, quien agregó que Cultura otorga pasajes a misiones comerciales, y hasta promocionó concursos con subsidios de hasta 350.000 pesos.

Los creadores de videojuegos argentinos participaron en unas 20 misiones comerciales en los últimos años. En la versión 2017 de las ferias más famosos del sector que se realizan en San Francisco, la Cancillería, aporta con un stand y con la posibilidad de que los argentinos se sienten con los "publishers" y los inversores" potenciales para financiar los juegos.

Allí participarán "unas 16 empresas argentinas para concretar reuniones y negocios", explicaron a su vez en la Cancillería. Entre otras, estarán BacusStudios, Killabunnies, Souvegames, NGD Studios, OneEyeAnt, Globant, Terra Localizations, Untref Media, Barbacube, Blackpony, LemonChiliGames y Nastycloud.

En la misma línea, la dirección de Comercio Exterior porteña -junto a la ADVA- subsidió en forma parcial 10 pasajes de 10 estudios, que fueron preseleccionados en enero.

Por último, Fundación Argentina de Videojuegos otorgó, a través de convenios con otras instituciones, unas 25 becas parciales y totales para las entradas a la feria GDC -cuyo costo asciende hasta los 2.000 dólares-, y otras cuatro beca especiales para mujeres de América Latina (dos argentinas, una chilena y otra paraguaya), en conjunto con la Fundación Huésped, en pos de la promoción del género femenino en la industria.

Historias de argentinos

Se conoce el talento argentino en el rubro informático a nivel mundial, pero no tanto en el subrubro de los videojuegos. Aquí, cuatro historias de desarrolladores elegidos por la Cancillería para participar de las ferias top de San Francisco desde este lunes:

BacusStudios nació en 2011 del hobby de dos compañeros de facultad mendocinos, Ignacio Baldini y Francos Calzabiano, cuando ambos rondaban los 25 años.

Calzabiano es parte de la primera camada de técnicos en diseño de videojuegos de la Universidad de Mendoza; Baldini, el CEO de Bacus, está terminado la carrera de Relaciones Internacionales.

Son los creadores de "Chronicles of the Solar Empires", un juego aún en desarrollo, y participan de la GameConnection 2017 con "el objetivo de encontrar un publisher que los asista en el desarrollo de otro, "Voidguard", explicó Baldini a Télam.

Voidguard es un juego para consolas que incorpora "screenshooter con elementos de RPG" (rol playinggame) y que, a través de mapas alienígenas, el jugador debe salvar a compañeros interactuando con personajes y, a la vez, contar una historia a través de los ojos de esos personajes. "Uno toma un rol y ve la historia a través del personaje", cuenta Baldini.

La pyme emplea a 7 personas.

Untref Media es un estudio fundado en 2013 por la Universidad Nacional de Tres de Febrero. Con su equipo de 15 desarrolladores, algunos con más de 10 años de experiencia en la industria, obtuvo premios nacionales desarrollando plataformas mobile, PC, web y consolas, basado en sus propias IP originales, pero también brinda servicios para terceros (outsourcing). Juan Martin Bartomioli, el coordinador del área y profesor de la facultad, explica que los estudiantes de carreras afines a los videojuegos desarrollan allí su primer trabajo y salen de la Universidad con experiencia laboral.

"Tenemos dos modelos de negocios. Por un lado nos autofinanciamos con lo que generamos con los juegos y también hacemos trabajos por encargo, y brindamos servicios a agencias de publicidad de la Argentina o del exterior", explica a Télam.

La facultad financia algunos de los proyectos, y la facturación corre por cuenta de la Universidad.

Entre los interesados en trabajar con Untref Media están LG, Philips, y Nintendo y Playstation. Con estos últimos dos firmaron contrato para el desarrollo de juegos para consolas.

-Blackpony es la firma de los rosarinos que crearon el juego Voxelus, una aplicación de 2014 que permite crear y utilizar experiencias de realidad virtual sin ser programador informático ni escribir una sola línea de código. El éxito del juego captó la atención de inversores extranjeros, que invirtieron 650.000 dólares, y ahora accionistas estadounidenses tienen más del 50% en el negocio.

Para financiarse, los argentinos lanzaron también su criptomoneda, denominada Voxel: los jugadores pueden comprar voxels para decorar su realidad virtual a la vez que financian el juego. Si, por otro lado, el jugador no utiliza las monedas que compró, puede cambiarlas en el mundo real por dinero en un mercado de "altcoins" (monedas virtuales alternativas al bitcoin), a través de casas de cambio especializadas en criptomonedas.

"Voxelus surgió cuando salieron los primeros prototipos de cascos de realidad virtual.

Pensamos que estaría buenísimo desarrollar una plataforma para que cualquiera pueda generar y compartir con sus amigos su propia realidad virtual, con la misma facilidad con que alguien puede subir un video a Youtube", contó a Télam el ingeniero en sistemas Martín Repetto (40), quien junto a Máximo Radice (38), administrador de empresas, están a cargo del control ejecutivo de la empresa.

Blackpony representa al equipo de Rosario Central en el videojuego de la FIFA, y "tenemos contratados a personas para jugar a la computadora, como si fueran futbolistas reales", explica, de cara a la diversidad de "negocios" que se vienen por el Mundial de 2018.

-LemonChiliGames es una unidad de negocio de la tecnológica Renxo, que desarrolla juegos nativos para los sistemas iOS (de Apple) y Android, en la jerga con monetización F2P ("free-to-play"), es decir, juegos gratis inicialmente pero con la posibilidad de vender bienes virtuales dentro de los juegos ("In-App Purchases"), explica a Télam Manuel Sarmiento, al frente de la firma.

El primer juego de Lemonchili, "Floyd'sStickerJam", acaba de ser lanzado en enero para los mercados de Canada, Irlanda y Argentina. "Si todo sale bien, en los próximos meses tendrá el lanzamiento global", agrega.

Fundada en 2005, su negocio principal es brindar valor agregado y entretenimiento para operadoras de telefonía móvil. Opera en casi todos los países de América latina, y en el último año comenzaron con la expansión a Europa, África y Asia.

"En San Francisco -promete Sarmiento- buscaremos partners para distribuir nuestros juegos en mercados alternativos a los tradicionales Apple App Store y Google Play".