



# Los videojuegos en Colombia, Un jugoso negocio

que mueve millones de dólares







## **Los videojuegos en Colombia, un negocio que mueve millones de dólares**

Esta práctica se ha constituido en una disciplina competitiva que otorga reconocimiento y sustento económico. Pero ¿qué y quiénes están detrás de esta industria que mueve millones de dólares anuales?: Gamers profesionales, empresas desarrolladoras y multinacionales se la juegan toda para mover este negocio en Colombia. Sin embargo, la piratería golpea a la industria.

Reportaje.

Por Daniel Nariño Rodríguez



Corre el minuto 70 e Inglaterra pierde contra España 2-1. Son los cuartos de final del Mundial y no hay espacio para los errores; la más mínima equivocación los devuelve a casa con las manos vacías.

Los jugadores dan lo mejor de sí y ponen todo su empeño, pero el desgaste es más mental que físico. Sus energías no corren por sus piernas sino por sus pulgares. Aquí no hay que patear el balón sino presionar la tecla X, no hay que correr tras el balón sino mantener hundido el botón R2. Todo lo que representan esos 22 futbolistas se reduce a dos controles, a dos jóvenes que no superan los 18 años.

No son jugadores convencionales. Es cierto, están participando en el Mundial de fútbol, pero no el real sino en el virtual.

Llega el minuto 90 e Inglaterra no renuncia al ataque. Con un gol saben que pueden llevar el partido a tiempo extra y seguir soñando con un cupo a la semifinal. En un rápido desborde por la banda izquierda, el Frank Lampard virtual, controlado por



un hasta entonces desconocido Javier Muñoz, levanta un peligroso centro que es recibido por Wayne Rooney. En un acto casi instintivo, Muñoz oprime el botón círculo, lo que se traduce en un poderoso cabezazo imposible de atajar para Iker Casillas. El milagro estaba hecho y obligaba a jugar el tiempo extra.

Su rival, el británico Danny Taylor, lo miraba de reojo entre incrédulo y decepcionado pero sabía que todavía había partido por delante. Arrancó el tiempo extra y ambos jugadores querían evitar a toda costa los tiros desde el punto penal. Inglaterra y España estaban volcados al ataque buscando el gol que les diera la victoria y los llevara automáticamente a la semifinal del torneo.

Muñoz presionaba pero no lograba concretar sus llegadas, pero todo hacía pensar que era cuestión de tiempo y algo de paciencia que llegara el gol; Taylor estaba contra las cuerdas. Sin embargo,



sucedió lo inesperado; en un rápido contragolpe, Andrés Iniesta toma la esférica, esquivo a dos defensas y con un potente tiro con la derecha pone a ‘dormir el balón en la red’. El partido estaba liquidado. Sin tiempo para reponerse del gol, el árbitro decreta el final y Javier Muñoz observa resignado el marcador final Inglaterra 2 – España 3.

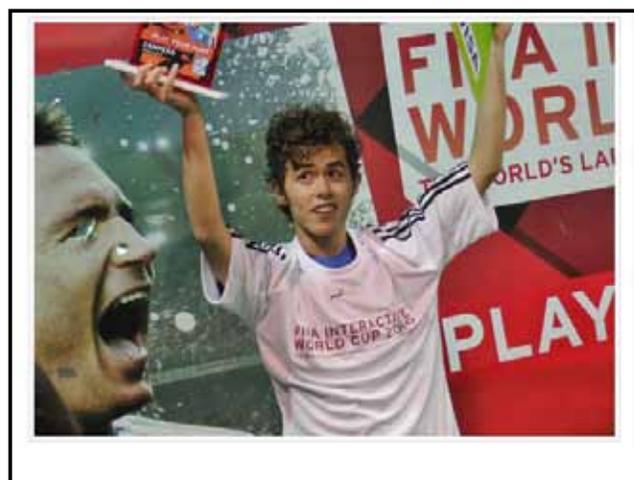
Muñoz siempre recordará esa tarde soleada del 1 de mayo en Barcelona, España, pero no por la tristeza de haber sido eliminado en cuartos de final, sino por el orgullo de haber sido el primer colombiano entre los 8 mejores del mundo de la FIFA Interactive World Cup, el torneo de fútbol virtual más importante del planeta, que en 2010 contó con la participación de más de 700.000 jugadores de todas las nacionalidades.

“Fue un sueño hecho realidad”, son las palabras de Muñoz cada vez que habla

de su corta pero intensa trayectoria en un campeonato mundial de videojuegos.

La historia de este joven bogotano de 18 años se remite a uno de los torneos realizados en Colombia sobre el videojuego de fútbol FIFA 10 que entregaba como premio mayor un viaje con todos los gastos pagos a Sao Paulo, Brasil, para jugar la eliminatoria latinoamericana de FIFA.

Muñoz se abrió camino en un torneo que reunió a más de 700 participantes que perseguían el mismo objetivo: ser el representante colombiano para la FIFA Interactive World Cup. En los tres días que duró el evento, Muñoz enfrentó a grandes rivales, jugando partidos que no tenían nada que envidiarle a los clásicos Barcelona - Real Madrid, Chelsea - Manchester United. Cada gol, cada jugada, cada victoria se celebraba como si fuera un triunfo de un partido real,





porque sabía que cada conquista era estar un paso más cerca de Brasil.

La final llamó la atención de muchos. Con una proyección en pantalla gigante en pleno corazón del centro comercial Santafé, en el norte de Bogotá, los asistentes confundieron la final de un partido virtual con alguno real. “¿Qué equipos están jugando?”, preguntaba un señor, “¿Es la final de la Champions League?” murmuraba un curioso, “esas maquinitas no dejan nada bueno”, recriminaba una madre de familia a los organizadores del torneo.

Los familiares de cada finalista eran las ‘barras bravas’, alentándolos como si se tratara de una auténtica final de fútbol.

El partido arrancó y toda la atención estuvo enfocada en esos 22 jugadores virtuales controlados por apenas dos jóvenes que no superaban los 18 años y parecían tener los conocimientos de un director técnico por los planteamientos estratégicos de sus equipos. “Desborde por los costados”, gritaba Jhair Rico, hermano de Lucas Rico, el otro finalista que se estaba jugando el pase a Sao Paulo, Brasil. No había espacio para equivocarse, y la concentración de cada jugador daba la impresión que no eran parte del juego sino que estaban en él.

Después de los ‘90 minutos del partido’, que en realidad fueron 15, Javier Muñoz

logró ser el mejor jugador de FIFA en Colombia y ser el primer representante de nuestro país en una eliminatoria mundial para la FIFA Interactive World Cup.

Esto fue solo el principio de Muñoz, que el 10 de abril del año pasado llegó a Sao Paulo, Brasil, como un completo desconocido y al final del día era abordado por medios locales e internacionales como ESPN que no salían de su asombro de ver como “el colombiano”, como lo bautizaron en la tierra de la samba, había eliminado a los mejores jugadores y logrado una cómoda victoria en la gran final seis goles a cero ante el brasilero y gran favorito Andre Buffo.

“Fue una gran sensación jugar de ‘visitante’. Al principio apoyaban a todos los jugadores de Brasil contra los que me tocaba enfrentarme. Sentí mucha presión, pero al final me terminaron apoyando





y celebraron mi victoria”, recuerda ‘el colombiano’. La gran actuación de Muñoz le valió un jugoso premio en efectivo y un viaje a Barcelona, España, con todos los gastos pagos para jugar la gran final mundial de la FIFA Interactive World Cup que reunió a los 32 mejores futbolistas virtuales del planeta.

En el mes de mayo, “el colombiano” estuvo a punto de hacer historia en el ‘gaming profesional’ al quedar entre los ocho mejores del mundo perdiendo en cuartos de final por un apretado marcador de 3-2, en un partido que se definió en tiempo suplementario. Sin embargo, este joven de pelo alborotado que no supera los 1.65 metros de altura, recuerda con alegría todo lo que pudo vivir gracias a un videojuego.

Muñoz, un joven universitario, estudiante de Ingeniería Industrial, prefiere emplear





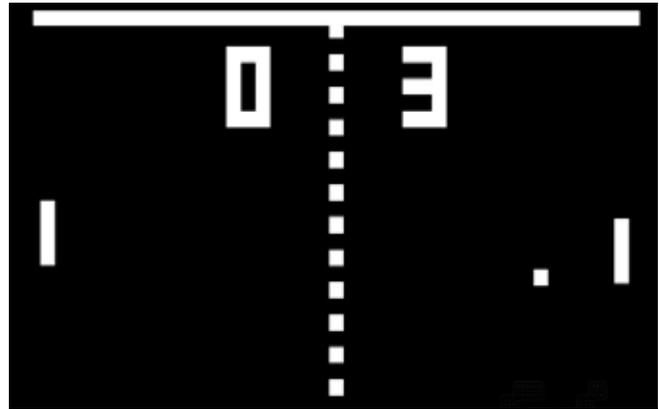
su tiempo jugando en su consola Xbox 360 en vez de salir a la calle. No obstante, le queda tiempo suficiente para mantener su vida social y cursar tercer semestre en la Universidad de los Andes de Bogotá.

Pero, ¿qué motivación tienen estos jóvenes para estar frente a un televisor por horas? La respuesta es tan sencilla como desconocida por la inmensa mayoría; llegar a ser el mejor en un videojuego puede ser su forma de sustento.

### **Gamer profesional, el sueño de todo videojugador.**

La industria de los videojuegos no se ha desarrollado únicamente a través de las empresas dedicadas a crear entretenimiento digital o por medio de la venta de software. En diferentes lugares del mundo, los videojuegos se han constituido en una disciplina competitiva que otorga todo el reconocimiento y el sustento económico como para considerarlo como una forma de vida que pueda garantizar una estabilidad económica igual o mucho más rentable que la de cualquier profesional.

Un claro ejemplo es el videojugador mejor pagado del planeta, que recibe 50 mil dólares netos al año



(alrededor de cien millones de pesos); literalmente le pagan por jugar. Se trata del chino Huang Xiang, mejor conocido en el mundo de los videojuegos como 'TH000', un joven que cuenta con un contrato fijo y es patrocinado por compañías tecnológicas de la talla de 'Dell' o 'Intel' que le pagan por llevar sus marcas en la ropa que el asiático viste en los torneos que participa.

De igual forma, el sueño del 'gamer profesional' se ha alimentado gracias al respaldo con el que cuentan los eventos de videojuegos que se realizan alrededor del mundo. Un ejemplo de ellos es la FIFA Interactive World Cup, torneo organizado por la propia FIFA, que es equivalente al

# NINTENDO



mundial de fútbol, en el que reúnen a los 32 mejores 'gamers' del mundo en el videojuego de fútbol para consola FIFA y en el que compiten por un premio de veinte mil dólares y la posibilidad de conocer a los futbolistas más importantes del planeta.

También está el Electronic Sports World Cup o ESWC, torneo en el que participan representantes de más de 50 países de todo el mundo (entre los que se encuentra Colombia) y compiten por una bolsa de premios que alcanzan los 215 mil dólares.

En Colombia los torneos de videojuegos se han multiplicado en los últimos años, entregando premios bastante atractivos, aunque estos todavía no se acercan a los que otorga la FIWC o la ESWC. Uno de esos eventos es el E-fest, un torneo que anualmente recorre las principales ciudades del país buscando los mejores videojugadores de Colombia.

Rolando López, director del evento, considera que estos torneos profesionales han cobrado importancia en nuestro país porque los videojugadores colombianos



han demostrado que en Colombia realmente existe una verdadera cultura 'gamer', algo que ha generado que los patrocinadores le apuesten a este tipo de eventos.

“Los videojuegos se han constituido en una disciplina de competencia, en el que los participantes dedican tiempo a entrenar para lograr ser los mejores al igual que cualquier deporte de alto rendimiento. Los jugadores colombianos han demostrado que tienen un gran nivel y pueden lograr títulos a nivel internacional”, asegura López.

Y es que estos torneos han servido para que más de un videojugador pueda justificar las horas que pasa 'pegado' a una consola, porque se ve reflejado en premios en efectivo e incluso viajes con todos los gastos pagos para representar a Colombia en torneos internacionales.

Pero el sueño del 'gamer profesional' no sería posible si los videojuegos no se hubieran consolidado como una poderosa industria, proceso que poco a

# 3DS™



poco fue afianzando a los videojuegos como algo más que una simple forma de entretenimiento.

## Videojuegos como industria

Desde su aparición a mediados del siglo XX, los videojuegos se han transformado de un simple pasatiempo u ocio digital, a una poderosa industria que mueve millones de dólares al año e involucra a miles de personas que le apostaron a 'vivir jugando'. Aunque el núcleo de los videojuegos se encuentra en los Estados Unidos, países como Colombia se han ido involucrando en una industria que ya genera ganancias similares a las del cine y que podría ser en el sustento de vida de muchos jóvenes colombianos que sueñan convertir su pasión en una profesión.

Para entender la evolución de la industria de los videojuegos y su incursión en Colombia, es necesario remontarse a los inicios de este medio de entretenimiento digital. La historia de los videojuegos se remonta a un simple experimento científico realizado en 1957 por el físico estadounidense William Higginbotham que daría vida al videojuego que marcó toda la explosión de esta industria: Pong o tenis de mesa. En principio, el juego no se conoció bajo este nombre ya que el experimento de Higginbotham nunca fue patentado. En la década de los 70, la naciente compañía Atari fue la que perfeccionó y comercializó el juego Pong

en sus diferentes consolas de sobremesa y con el Atari 2600, lanzado en 1977, la industria de los videojuegos arrancaría su vertiginoso ascenso en el mercado mundial.

En los años siguientes, la aparición de nuevas compañías dedicadas al entretenimiento digital se fueron masificando y en la década de los 80 apareció una de las marcas más reconocidas a nivel mundial, cuyo nombre se asocia directamente con los videojuegos; la compañía Nintendo. En 1985 surgió la Nintendo Entertainment



System (NES), consola que dio vida a Mario Bros, el popular fontanero que hoy en día es uno de los personajes más emblemáticos de la historia de los videojuegos.

La lista de compañías es interminable: Sony con su PlayStation, Microsoft con Xbox 360, Sega con el extinto Dreamcast, Nintendo con su Wii. A lo largo de 50 años que lleva de vida esta industria, los videojuegos se han ido masificando,



generando toda una fuente de ingresos y una cultura en torno a los diferentes juegos que han salido al mercado.

Colombia no ha sido ajena a este proceso y aunque su evolución no ha sido tan notoria en términos de creación de videojuegos, ha encontrado otros modelos de negocio producto de la pasión de los populares 'gamers', pero sin dejar de lado el tema de desarrollo de videojuegos.

## Immersion Games, videojuegos de Colombia para el mundo .

Muy pocos países latinoamericanos han logrado incursionar en un mercado tan competitivo como los videojuegos. Solo en Estados Unidos compañías de la talla de Sony, Microsoft, y Nintendo tienen estudios dedicados a crear 'entretenimiento digital'. Sin embargo, Colombia cuenta con una desarrolladora de videojuegos que ya ha realizado diferentes títulos que se han comercializado a nivel mundial.

Se trata de Immersion Games, compañía que arrancó en las oficinas de Parquesoft en Cali, en el año 2002, con cuatro jóvenes emprendedores que quisieron transformar su amor por los videojuegos en su sustento de vida.

"Al principio hacíamos visualizaciones arquitectónicas para inmobiliarias pero siempre teníamos la intención de hacer videojuegos", cuenta Julián Castillo, director creativo y uno de los fundadores de Immersion Games. Pese a solo llevar ocho años de vida, esta desarrolladora se ha consolidado como una de las empresas referentes en el tema de creación de videojuegos en Latinoamérica.

Y es que Immersion Games ya cuenta en su historial con el desarrollo de tres juegos triple A. Básicamente, un juego triple A son los que salen en las consolas más





poderosas del mercado. En promedio, el desarrollo de un título de esta categoría ronda los veinte millones de dólares, salvo casos excepcionales como el juego Grand Theft Auto IV que costó la astronómica cifra de cien millones de dólares. Sin embargo, el éxito comercial que tenga cada título es lo que hace que los inversionistas le sigan apostando a la desarrolladora para que realicen más juegos.

Por ejemplo, pese a lo exagerado que pueda haber resultado el desarrollo de un juego como Grand Theft Auto IV, en su día de lanzamiento (29 de abril de 2008) el juego vendió más de 300 millones de dólares, entrando al libro de los Records Guinness como el videojuego más vendido en 24 horas, registro que posteriormente fue arrebatado en 2010 por el título Call of Duty: Black Ops que recolectó más de 600 millones en su primer día de ventas.

Aunque los juegos desarrollados por Immersion Games no alcancen los mismos registros de títulos como Grand Theft Auto IV o Call of Duty Black Ops, la empresa colombiana se ha ganado la credibilidad y el profesionalismo suficiente como para que logren trabajar en la creación de juegos triple A.

“Monter Madness fue el primer juego que hicimos oficialmente. Nos asociamos con la empresa estadounidense Artificial Studios y en 2007 sacamos Monster

Madness para Xbox 360, PlayStation 3 y PC”, comenta Castillo.

“Con Ubisoft y TimeLine Interactive, que es una compañía egipcia, hicimos Cellfactor Pshychokinetic Wars en 2009 para Xbox Live Arcade, y PlayStation Network”, plataformas digitales que cuentan con más de setenta millones de usuarios activos cada una.

Su más reciente videojuego fue lanzado a nivel mundial en octubre del año pasado bajo el nombre de ‘AAA, Lucha





Libre Héroes del Ring’, un título inspirado en la lucha libre mexicana profesional. Y aunque muchos creen que para desarrollar un videojuego simplemente se necesita un computador, la realidad es que estos requieren de una investigación que va más allá de un teclado y un mouse.

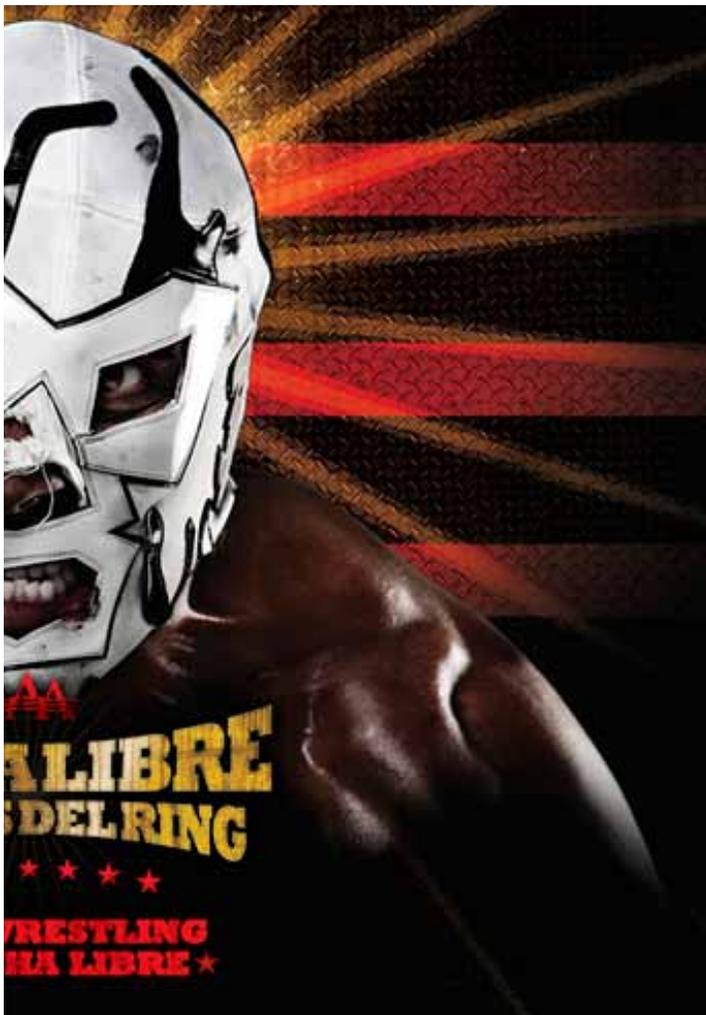
Al incorporar conceptos reales, como en este caso la lucha libre mexicana, el equipo de Immersion Games viajó hasta México para conocer de primera mano todos los elementos que componían

el tema. “Empezamos empapándonos sobre la lucha libre en general. Luego fuimos a sesiones de entrenamiento de la AAA (organización oficial de la lucha libre mexicana), y con estos elementos pudimos empezar a sentar las bases del juego”, cuenta Mateo Rojas, diseñador líder de Immersion Games.

Pero la creación del videojuego no sería posible sin una compañía que lo patrocine. Es en este punto cuando aparece el ‘publisher’ o editora, empresa que se encarga de brindarle los recursos económicos a la desarrolladora y comercializa el producto final. “Trabajamos en alianza con Slang, el primer Publisher latinoamericano. Ellos tuvieron una idea muy interesante que era sacar videojuegos con temática hispana para comercializarlos en todo el mundo”, apunta Castillo, que recuerda la presentación oficial de AAA Héroes del Ring en México, apoyada por medios de comunicación como Televisa.

No obstante, aunque el lanzamiento de un juego esté apoyada por medios de comunicación y esto pueda ser garantía de éxito comercial, el modelo de negocio de una desarrolladora es muy diferente al del ‘publisher’ o compañía que hace todo el marketing del juego.

“La industria de los videojuegos funciona muy similar a la de la música o el cine. A la desarrolladora le asignan un presupuesto para crear el juego y, básicamente, de





ese dinero sale el sueldo de todo el equipo. Una vez sale a la venta el juego, el Publisher es el que prácticamente se queda con todas las ganancias”, explica Rojas haciendo claridad en que el beneficio económico de la desarrolladora no se ve afectado por los resultados de ventas del juego. Sin embargo, lograr que un videojuego sea exitoso en ventas, le genera credibilidad en la industria y le garantiza continuidad en el desarrollo de futuros títulos.

### **Desarrolladoras independientes, los pequeños empresarios.**

La industria de los videojuegos se ha abierto a otro tipo de mercados diferentes al que ha llegado Immersion Games. Se trata del desarrollo de juegos de menor presupuesto y que pueden llegar a generar buenos ingresos. Concretamente, la creación de videojuegos se divide en tres categorías: A (juegos de muy bajo presupuesto), Doble A (juegos que no superan los 5 mil dólares) y juegos Triple A (hasta 20 millones de dólares de desarrollo).

En Colombia existen compañías que han centrado sus esfuerzos en crear videojuegos de bajo presupuesto pero de excelente calidad. Estas compañías son conocidas en el mundo de los videojuegos como desarrolladoras independientes, empresas que generalmente están

compuestas por un máximo de cinco personas (Immersion Games cuenta con más de 30 trabajadores y colaboradores externos) y que sacan dinero de su propio bolsillo para crear juegos.

Las plataformas más atractivas (y más rentables en este momento) para los desarrolladores independientes son iPod touch, iPhone, iPad y dispositivos con sistema operativo Android.

Dos compañías colombianas que le han apostado al desarrollo de juegos de bajo presupuesto son XOR Games y EOSCH. La primera es una pequeña desarrolladora conformada por cinco





personas que inició en 2004 y en 2008 se consolidó como uno de los estudios con mayor proyección internacional al ganar el Festival de Animación y Desarrollo de Videojuegos LOOP, mientras que EOSCH es una empresa que se formó en 2010, pero en menos de seis meses logró sacar su primer juego al mercado.

El 11 de febrero de 2010, XOR Games logró que uno de los juegos que habían desarrollado para la plataforma iPhone e iPod touch se comercializara a nivel mundial a través de la tienda en línea Apple Store.



Para Sebastián Vargas, director de desarrollo y uno de los fundadores de XOR Games, los videojuegos siempre representaron una pasión desde su infancia al punto en que tuvo la firme convicción de que podría vivir de ellos. Vargas llevó desde pequeño el tema de desarrollo de videojuegos: “Empecé a programar hace más de 15 años porque la mayoría de los juegos de ese entonces no servían en mi computador. Poco a poco fui aprendiendo y tomando toda esta información para implementarla en un campo más profesional”.

Al ganar el festival LOOP, Vargas obtuvo como premio un viaje a París donde realizó una pasantía en White Birds Productions, una empresa francesa de desarrollo de videojuegos.

Vargas aprovechó la oportunidad y le presentó a White Birds Productions SocCars, el concepto del juego con el que había ganado el LOOP. A White Birds le gustó el proyecto, aportó las licencias necesarias y XOR Games se encargó del desarrollo del juego que duró siete meses y en el que intervinieron más de 14 personas. El 11 de febrero de 2010, XOR Games lanzó SocCars a nivel mundial a través de la AppStore.

La historia de EOSCH es mucho más reciente. Conformada por dos hermanos, Juan Gabriel y Carlos Alfredo Liévano, esta desarrolladora independiente se



formó en junio de 2010 y en tan solo cuatro meses sacaron su primer juego, Firebreather. Este título, también para ipod touch, iPhone e iPad, sigue la línea del clásico Snake o 'culebrita' pero aprovecha la tecnología de estos equipos para crear una nueva experiencia.

“Nuestra visión es hacer aplicaciones interactivas en plataformas más grandes como PC, Xbox Live o PS Network”, cuenta Gabriel Liévano, ingeniero de sistemas que participó con Immersion Games en el desarrollo de juegos de alto presupuesto como CellFactor y Héroe del Ring, pero que decidió fundar su propia empresa con su hermano.

Pero ¿por qué podría resultar atractivo ser una desarrolladora independiente y hacer juegos para iPhone, iPod touch e iPad? En principio, estas plataformas son mucho más amigables con los desarrolladores y permiten que tengan otro tipo de enfoque gracias a la tecnología táctil de sus pantallas. También se debe a que es posible desarrollar estos juegos con un presupuesto muy bajo y a un precio bastante económico a todos los usuarios ya que generalmente estos juegos no pasan los 0.99 centavos de dólar (menos de dos mil pesos) mientras que un videojuego para consola ronda los 60 dólares (120 mil pesos).

De igual forma, Apple ha vendido, sumados los tres dispositivos, más de cien

millones de unidades, lo que representa un mercado potencial bastante amplio para los desarrolladores. Y por último y tal vez lo más importante, es el dinero que pueden ganar si el juego es exitoso.

Una vez el juego es aprobado para salir a la venta, Apple se queda con un 30% de las ganancias mientras que la desarrolladora se lleva el 70%. El caso de éxito más grande, y el que esperan tener XOR Games y EOSCH, es el que tuvo Angry Birds,





un divertido y sencillo juego en el que se tiene que lanzar con una resortera unos pájaros para eliminar a unos cerdos que se han llevado sus huevos, que ha tenido más de 200 millones de descargas.

Un simple cálculo arroja que Rovio Games, los creadores, han ganado más de cien millones de dólares por un juego cuyo desarrollo no superó los cinco mil dólares. Es por esto que compañías como XOR Games y EOSCH le apuestan a este tipo de juegos que no necesitan poderosas gráficas

sino una idea innovadora, divertida y sencilla de aplicar.

## Mercado de videojuegos en Colombia

Uno de los factores que más ha impulsado el crecimiento de la industria de los videojuegos en Colombia es la venta de hardware o consolas. Aunque en nuestro país no existen registros oficiales de ventas de videojuegos, empresas como Microsoft y Sony han creado divisiones internas dedicadas exclusivamente al área de mercadeo y promoción de videojuegos.

Gustavo Mancera, ex gerente de marca Xbox 360 de Microsoft Colombia, ha visto con gratitud la forma en que ha crecido el mercado de los videojuegos en nuestro país. Apoyado en juegos de culto como la saga Halo (título de acción en primera persona ambientado en un futuro apocalíptico sumido en una guerra entre razas intergalácticas), Mancera ha comprobado cómo los videojuegos cuentan con una gran fanaticada en nuestro país. “Para el lanzamiento del juego Halo Reach, el pasado mes de septiembre, hicimos preventa dos semanas antes del evento. Sólo los que compraron el juego en preventa podían asistir a la actividad de lanzamiento para Colombia y el evento contó con casi mil personas”, comenta Mancera, que valora





el hecho de haber logrado estas cifras en una preventa.

De hecho, que se estén realizando lanzamientos en Colombia en simultánea con el de mercados como el de Estados Unidos es un gran indicador de que el mercado de los videojuegos está tomando fuerza en el país.

El resultado de estas ventas se debe en gran parte a los videojuegos que se han expandido a un mercado más amplio cautivando tanto a los niños como adultos por igual. En efecto, se estima que en el mundo el promedio de edad de un videojugador es de 28 años. Colombia no se encuentra tan lejos de esta cifra, ya que según el Primer Estudio Colombiano de Gamers, realizado por la agencia Universal Mccan, la edad media de los videojugadores colombianos es de 21 años.

Para María Paula Jiménez, sicóloga de Universal Mccan e integrante del equipo encargado del estudio, se tiene la creencia que los videojuegos están enfocados únicamente para los menores de edad. “A través del estudio comprobamos que los ‘gamers’ colombianos siguen la tendencia global y que también son del agrado de los más grandes”, afirmó la sicóloga.

Y es que según el Primer Estudio Colombiano de Gamers en Colombia, las personas entre 17 y 37 años son las

que más juegan videojuegos, lo que representa un 75% de la muestra.

“Al ser personas que se encuentran en este rango, cuentan con poder adquisitivo suficiente como para incluir entre sus compras tecnología y videojuegos”, resalta la sicóloga, que ve en los videojuegos un mercado potencial no sólo en la venta de software y hardware sino como una oportunidad para que las marcas hagan visibles sus productos a través de los contenidos que se pueden apreciar en los videojuegos.

### **Piratería, el problema para consolidar una industria**

Uno de los problemas más grandes que tiene que afrontar la industria de los videojuegos es la piratería. Aunque tampoco existen cifras en nuestro país que muestren el alcance que tiene la piratería en este tipo de tecnología, los videojuegos podrían incluirse en la categoría de software.

Según el más representativo estudio global de piratería de software, realizado por la Business Software Alliance (BSA) e International Data Corporation (IDC), Colombia alcanzó en 2010 un récord de 272 millones de dólares en pérdidas, ya que 54% de los programas utilizados durante el año fue pirateado.

Pese a lo alarmante que pueda parecer esta cifra, Colombia presenta el mismo



índice de piratería que Brasil, siendo estos dos países los más bajos de Latinoamérica, muy lejos de naciones como Venezuela que llegan al 88% de piratería de software.

El caso de colombiano ha sido notorio, en vista que ha disminuido paulatinamente este índice en los últimos cinco años, pasando del 59% en 2006, al 54% en 2010.

Para la BSA, gran parte del éxito en la disminución de la piratería en nuestro país se debe a la implementación de diferentes actividades educativas y

acciones que se han desarrollado y sector empresarial colombiano.

En palabras de Katalina Rojas, apoderada de los miembros y representante legal de Business Software Alliance (BSA) en Colombia, “estos descubrimientos muestran que mientras se ha logrado cierto progreso en la reducción de la tasa de piratería del software en el país, a través de acciones clave, todavía hay mucho trabajo por hacer. Mientras más reduzcamos la piratería de software, mejor será para la economía de Colombia”.

Para Alejandro Cifuentes, periodista y fundador del blog especializado en videojuegos shigerusan.com, la piratería ha jugado un doble papel: por un lado, ha logrado aumentar la pasión por los videojuegos, pero a la vez ha sido el principal problema para el crecimiento de la industria como tal. “El tema de los videojuegos en nuestro país es un proceso que ha ido creciendo bastante rápido. En los últimos cuatro años se ha presentado una evolución bastante significativa por la masificación de los videojuegos. Es barato comprar la consola, pero es ‘carísimo’ comprar juegos. Infortunadamente, el ‘boom’ de la industria de los videojuegos se le debe agradecer a la piratería. La gente puede descargar juegos de internet y quemarlos en un CD para jugarlo su consola o ir a San Andresito y por veinte mil pesos comprar 8 o 10 juegos de Xbox o



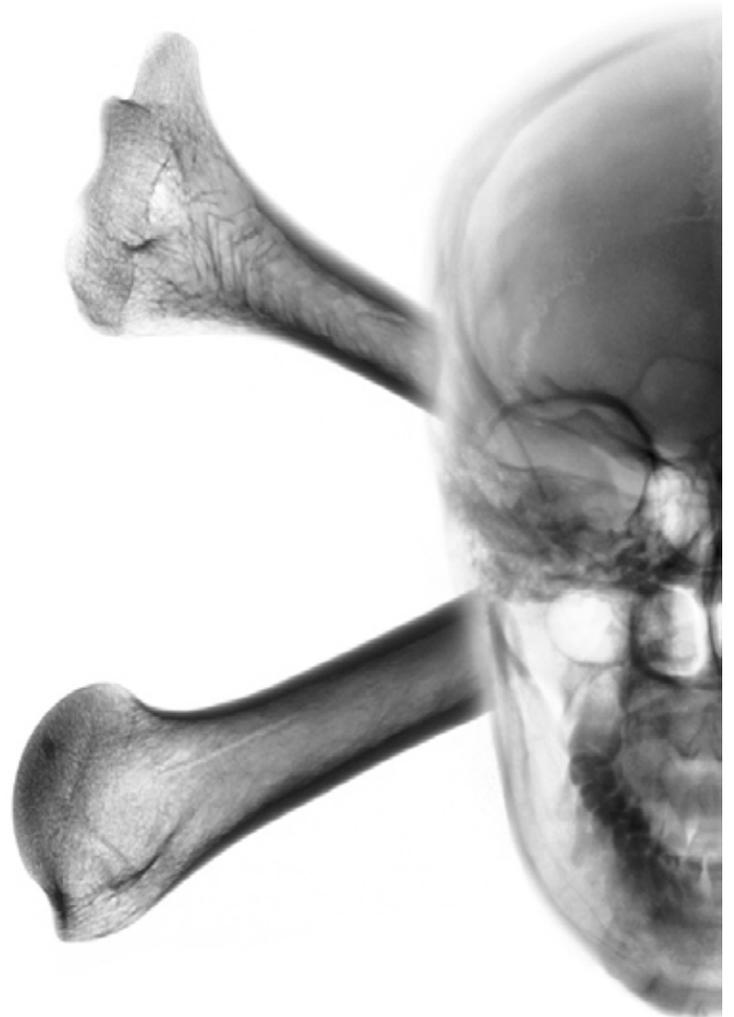
Nintendo”, comenta el periodista que ha seguido y plasmado parte del proceso de los videojuegos en nuestro país a través de su blog.

En el Primer Estudio Colombiano de Gamers la piratería también fue objeto de análisis. Según Mario Mejía, director de Planeación de Universal Mccan para Latinoamérica, existen diversos factores por los que el usuario se inclina por la piratería. “Naturalmente, el primer factor es el precio. El costo de un videojuego original en Colombia no baja de los 150 mil pesos, mientras que el mismo juego lo pueden encontrar pirata por cinco mil”, afirmó Mejía. “Sin embargo, hay otros factores que en principio no teníamos contemplados tales como la confianza de calidad en el producto pirata y la relación que existe entre el vendedor y el comprador”, explicó el Director del estudio.

El estudio determinó que uno de los factores por los que la persona se inclina a comprar videojuegos piratas es porque cuenta con ‘su distribuidor de confianza’. Frases como “En San Andresito de la 38 siempre tienen juegos actualizados, y si no me sirve lo puedo cambiar”, son la constante entre los videojugadores piratas. “El comprador construye en su mente algunos argumentos que refuerzan su comportamiento. En este caso sería el de ‘siempre le compro a la misma persona

y esta me responde si llega a pasar algo’. Se establece una relación de confianza entre el comprador y el vendedor”, explicó Mejía.

Otro de los argumentos utilizados por los compradores piratas es la creencia que le están ayudando a familias de escasos





recursos, que generalmente son las que se dedican a este negocio. Según Mejía, “los compradores creen que las compañías que desarrollan estos juegos tienen mucho dinero y consideran que comprando una

copia ayudarán a familias que no cuentan con muchos ingresos y que las compañías no resultarán afectadas si ellos compran un juego pirata. Básicamente no hay sentimiento de culpa cuando compra algo ilegal”.

Contrario a lo que piensan muchos de los compradores, la piratería no genera empleos y, según el especial “La Piratería de software, cáncer para la economía”, realizado por la Casa Editorial El Tiempo, realizado en septiembre de 2010, este mercado hace el mismo daño al país que el contrabando.

Katalina Rojas, de BSA, hace especial énfasis en el impacto negativo que tiene la piratería en las finanzas de cada país. “Es importante que los usuarios tengan muy presente que el uso ilegal del software afecta gravemente la economía local de cada país, la generación de nuevos empleos, la innovación y creatividad de quienes han desarrollado su trabajo honradamente, con esfuerzo, tiempo y conocimiento”, asegura Rojas.

El tercer argumento con el que cuentan los compradores para adquirir un pirata es que la calidad del producto es prácticamente la misma a la del original y que, a pesar de ser conscientes de los posibles daños que puede generar un software ilegal, estos nunca han experimentado ningún problema con sus consolas. “El jugador no encuentra



mayor diferencia entre un juego legal y una copia. Pese a que sea consciente del riesgo de que se le dañe su equipo por meterle algo pirata, el comprador se escuda en que ‘nunca le ha pasado nada malo a su consola’. Este simple hecho refuerza la idea de la persona de seguir comprando pirata”, puntualizó el director de Planeación de Universal Mccan.

Para Cifuentes, esta situación hace que el panorama de la industria de los videojuegos en Colombia sea poco alentador. “Cuando compañías como Microsoft tengan entre sus planes vender 500 mil juegos originales en Colombia, ese será el momento en que el movimiento ‘gamer’ empezará a ser tenido en cuenta. Pero cuando esos 500 mil juegos vendidos son piratas, pasa lo que pasa en nuestro país. Es por esto es que no vemos eventos realizados por la propia industria de los videojuegos como el E3 (Electronic Entertainment Expo) donde se reúnen los mejores desarrolladores y amantes del entretenimiento digital en un ambiente en el que sólo se respira videojuegos, por ahora son imposibles”, comenta el periodista.

Eventos como el E3 podrían ser considerados como el paraíso ‘gamer’. Se realiza anualmente en Los Ángeles, Estados Unidos, y es catalogada la convención de videojuegos más importante de todo el mundo, un lugar

en que toda desarrolladora y amantes del entretenimiento digital soñarían estar. La magnitud de este evento es tan grande, que compañías como Microsoft, Nintendo y Sony esperan al E3 para presentar sus últimas novedades y avances en videojuegos.

En Colombia se han tratado de incentivar este tipo de eventos, organizando convenciones que tienen como invitados a personajes célebres del mundo del



desarrollo de los videojuegos y el cine. El pasado mes de septiembre se realizó Anigames, el primer congreso latinoamericano de Animación 3D y videojuegos que, por 3 días, fue el escenario en el que los ‘gamosos’ por la tecnología e interesados en incursionar al mundo de los videojuegos pudieron escuchar el testimonio de personas que



llevan trabajando en este negocio por mucho tiempo.

Al igual que este tipo de eventos sirven para estimular la vocación por desarrollar videojuegos, en Colombia existen instituciones que, pese a que no entregan el título profesional de desarrollador de videojuegos, están enfocadas en la animación en 3D, diseño, programación e investigación.



## Investigación con videojuegos

Instituciones como el SENA cuentan con una división dedicada al estudio de los videojuegos que se han enfocado en encontrarle otro tipo de matices que van más allá del ocio digital y de consolidar una industria. Andrés Vásquez, ex director del proyecto gamers SENA, cuenta que en muchos lugares del mundo se han

hecho investigaciones sobre el desarrollo de habilidades, aplicaciones a la salud y conductas sociales.

El SENA se basó en un estudio preliminar con un videojuego llamado World of Warcraft, un MMORPG (Multijugador masivo en línea) que se acerca mucho al concepto de 'second life' o vida paralela, en el que el jugador vive en un mundo ficticio y entabla relaciones de todo tipo con personas de diferentes lugares del mundo que conviven en el mismo entorno. En el estudio, Gamers SENA quiso corroborar si la forma de interactuar de algunos usuarios en el juego en el que demostraban liderazgo y la toma de decisiones bajo presión, eran cualidades que también manifestaban en el plano real.

“El comportamiento que tienen las personas mientras juegan, generalmente lo reflejan en su vida diaria sin darse cuenta. Esto se debe a que invierten bastante tiempo jugando y además de divertirse, empiezan a tomar el juego como algo más personal”, afirmó Vásquez.

Cuenta el ex director de Gamers SENA que el proyecto se desarrolló en tres fases a nivel nacional: “Se empezó por crear una comunidad reuniendo a los aprendices de diferentes áreas del país a los que les gustaba jugar. Luego se implementaron juegos en los cuales pudieran enfrentarse unos a otros y competir, además de



habilitar un espacio en el que los usuarios narraban su experiencia. Por último, para evidenciar el comportamiento de cada uno, se analizaron los foros y comentarios que dejaban los jugadores”.

“A medida que pasaba el tiempo las personas se iban ‘metiendo’ en el juego. Se empezó a notar un cambio en los hilos de conversación y usuarios que nunca escribían o lo hacían de una manera muy tímida, empezaron a proponer y en algunos casos a liderar”, comentó el director del proyecto.

Según Vásquez, esto se debe a que la persona desarrolla ciertas habilidades en su subconsciente a través del juego y estas pueden cambiar sus hábitos en la vida real. “La persona genera una confianza en esas habilidades y las mismas destrezas que realiza en el juego las puede llevar fuera de este”.

Vásquez pone como ejemplo una persona que nunca participa en un salón de clase por miedo a hablar en público: “al estar lejos de las personas, jugando frente a un computador sin nadie que lo mire, la persona se siente más segura y se arriesga a hablar en ese mundo ficticio donde muchos conviven pero nadie muestra su verdadero rostro. Esto le empieza a generar confianza, pensando en que lo que dice está bien y no pierde nada dándose a conocer. A medida que más participa en el juego, inconscientemente

lo empieza a aplicar en su vida diaria aunque en menor proporción que su ‘second life’, pero le sirve para liberarse de la presión de hablar en público por la experiencia que ya tuvo en el juego”.

Los videojuegos se han constituido en una herramienta con tantas aplicaciones que van más allá del entretenimiento digital que Gamers SENA ha realizado diferentes investigaciones relacionados a estos.

Otro de los proyectos que Vásquez lideró fue uno relacionado con el nivel de dificultad que tienen los juegos. “Entre menor es la curva de aprendizaje que requiere un juego, mayor es el porcentaje de personas que compiten en el mismo. Esto se demuestra con los minijuegos, los cuales la curva de aprendizaje es casi nula y los juegan casi todas las personas”.

Vásquez explica que la minoría que se dedica a los juegos con una curva de aprendizaje alta gasta más tiempo a jugar para tratar de aprender. “La evolución de las personas en el juego era directamente proporcional a la dificultad de este. Entre más tiempo le invertían al juego, más aprendían del mismo. Esto les producía mayor necesidad de competir para justificar el tiempo invertido y estas también son habilidades que la persona desarrolla sin notarlo o sin realmente proponérselo. Son conductas que no se pueden enseñar en un salón de clases y pueden llegar a ser claves en la vida diaria



y en el plano laboral”, comenta Vásquez, un gomoso por la tecnología que encontró en los videojuegos una forma de trabajo que nada tiene que ver con el desarrollo ni la programación, simplemente el estudio de ellos.

### Videjuegos con fines educativos

Para Alejandro Cifuentes, periodista y blogger, la investigación en videojuegos es un área que se puede aprovechar para implementarlos en problemas sociales. “No solo hay videojuegos en los que se tiene que matar a todo el mundo, sino también hay juegos con fines institucionales. Por ejemplo, en Estados Unidos, a raíz de la tragedia del huracán Katrina en Nueva Orleans, una

empresa independiente creó un juego que le enseña a la gente cómo reaccionar en caso de una emergencia”, cuenta el periodista.

Actualmente la Universidad del Centro de Florida está desarrollando un juego con fines educativos que busca que los adolescentes eviten tener relaciones sexuales antes de tiempo. La institución quiere aprovechar la acogida que tienen los videojuegos entre los adolescentes para que aprendan a no caer en presiones sociales y puedan sortear situaciones reales con las que los menores se enfrentan en su vida cotidiana en el colegio o con sus amistades, todo esto con el fin de reducir la tasa de embarazos no





deseados y enfermedades de transmisión sexual.

Colombia también ha desarrollado juegos con fines educativos. Uno de ellos fue 'Línea Roja', creado por Immersion Games en 2008 para una campaña de la Cruz Roja Colombiana sobre la importancia de donar sangre. El juego está ambientado en una ciudad futurista que es invadida por clanes bárbaros que esclavizan y asesinan a todos sus habitantes. Los pocos sobrevivientes que quedan tratan de escapar de la ciudad pero en medio de su travesía no tienen más remedio que enfrentarse a los temibles asesinos.

Una vez el jugador se enfrenta al enemigo queda mortalmente herido y la única forma de conservar la vida es acercándose a un punto de recuperación que tiene bolsas de sangre para transfusión. A medida que el juego avanza, se va haciendo más difícil encontrar suministros de sangre hasta que llega un punto en que se agotan las existencias y el jugador inevitablemente muere. El juego concluye con un contundente mensaje:

"También puede pasar en la vida real. Dona sangre y salva tres vidas. Cruz Roja Colombiana".

Al igual que incluyen mensajes sociales, los videojuegos también han sido implementados para terapias de pacientes que sufren algún problema

motriz o de la vista. Según Cifuentes, "en varias partes del mundo, los hospitales utilizan consolas como Nintendo Wii como parte de la terapia de recuperación para los pacientes, para que se muevan e interactúen de forma diferente. Los videojuegos no solo sirven como entretenimiento sino como tratamiento, van más allá de sentarse a jugar".

Medios como la BBC de Londres han publicado estudios en los que se demuestran que los videojuegos sirven para curar enfermedades como



la ambliopía, mejor conocida como 'ojo perezoso'. Los que padecen esta enfermedad ven mejor por un ojo que por el otro, obligando al cerebro a recurrir al ojo sano para procesar la información visual por lo que el 'ojo perezoso' se va deteriorando gradualmente por falta de uso.



Hasta hace unos años el tratamiento que tenían que tomar los pacientes era cubrir el “ojo bueno” con un parche para obligar al otro a necesariamente procesar toda la información visual. Los videojuegos se convirtieron en una buena terapia para las personas que sufren de ambliopía porque las imágenes por las que están compuestas los videojuegos están combinadas por una cantidad de elementos que un solo ojo no alcanza a procesar, por lo tanto necesita de la ‘cooperación’ del otro ojo para recoger toda la información. Básicamente obliga a ejercitar al ojo perezoso.

## Vivir jugando en Colombia ¿Realidad o ficción?

La industria de los videojuegos en Colombia ha avanzado a pasos agigantados en la última década. La llegada oficial de grandes marcas como Microsoft, Nintendo y Sony dan fe de que en nuestro país ya hay personas que han encontrado una forma de vincular su profesión con los videojuegos.

Pero lo que apenas se ha visto en los últimos diez años en nuestro país, es poco en comparación con mercados tan poderosos como el estadounidense, que ha sabido lidiar los problemas a los que Colombia se enfrenta actualmente, siendo la piratería el principal de ellos.

Sin embargo, las grandes compañías de videojuegos tienen los ojos puestos en el mercado latinoamericano, en especial en el colombiano, y han ido incursionando poco a poco. Primero fue Gameloft, empresa líder en publicación y desarrollo de videojuegos descargables, que en noviembre de 2010 inició operaciones en nuestro país, haciendo poderosas alianzas con gigantes de la telefonía móvil como Comcel. “Latinoamérica representa uno de los mercados más fuertes en la venta de videojuegos descargables a nivel mundial e indiscutiblemente Colombia es un territorio en fuerte crecimiento en este campo”, comentó Sylvain Baudry, Director Comercial para la Región Norte de Latinoamérica, en la rueda de prensa en la que Gameloft se presentaba oficialmente en nuestro territorio.

Así mismo, en febrero de este año, Electronic Arts anunció su llegada a Colombia, aunque no propiamente abriendo oficinas, sino estableciendo una relación directa con los medios de comunicación. Básicamente, la compañía quiere tener una primera aproximación



con el mercado latinoamericano, siendo Colombia, Chile y Argentina los referentes de la industria de nuestra región.

Giovanni de Choudens, Director para Latinoamérica de Electronic Arts, catalogó esto como un proceso natural en el que “primero hay que gatear, para luego aprender a caminar y finalmente empezar a correr”, haciendo referencia a que su llegada a Colombia, Chile y Argentina es, en principio, netamente comunicativa. No obstante, al conocer más de cerca el mercado de cada país

podrán ir avanzando hasta consolidar un estudio de desarrollo y brindarles la oportunidad a tantos jóvenes que sueñan con crear videojuegos.

El panorama para el ‘gamer profesional’ es un poco más alentador, aunque también dista de casos como el del asiático Huang Xiang. Jóvenes como Javier Muñoz alternan su vida entre la universidad y los entrenamientos ‘gamers’, esperando que realicen nuevos eventos con los que pueda representar a su país en torneos internacionales de videojuegos. Sin



embargo, Muñoz no se imagina haciendo esto toda su vida y lo toma como una etapa que quiere disfrutar al máximo. A sus 18 años, considera que todavía faltan muchas cosas por hacer antes de su retiro, la más importante de ellas, ganar un torneo a nivel mundial. En su palmarés ya tiene un trofeo nacional y uno latinoamericano y entrena arduamente para cumplir, gracias a los videojuegos, dos de sus sueños:

ser el mejor jugador de FIFA de todo el mundo y conocer a Cristiano Ronaldo, su gran ídolo en el fútbol real.

Y decimos 'gracias a los videojuegos' porque si Muñoz logra ganar la FIFA Interactive World Cup, estará el próximo mes de diciembre en la ceremonia del FIFA World Player, evento que premia al mejor futbolista del año.

El caso de Muñoz solo es uno de miles de jóvenes colombianos que sueñan con llegar hasta donde él lo ha hecho. Es una historia que empieza a escribir



porque apenas es que se está viendo el respaldo económico para llevar al exterior a estos 'deportistas virtuales'. Por su corta edad y no contar con ingresos económicos, o por el simple hecho de que muy pocos padres de familia se arriesgarían a pagarle un viaje que fácilmente puede costar más de 10 millones de pesos, los jóvenes gamers han encontrado en eventos como el eFest una

oportunidad para justificar su pasión por los videojuegos y soñar con que algún día, no muy lejano, podrán vivir jugando.



## **Créditos**

### **Contenidos:**

Daniel Alejandro Nariño Rodríguez

### **Diseño y diagramación:**

Oscar Eduardo Umaña Muñoz

### **Fotografía:**

Pedro Rolando López Soler

### **Imágenes cortesía de:**

Sony Colombia

Nintendo Colombia

Gameloft

Electronic Arts

### **Agradecimientos especiales:**

Adriana Varón



