

Treball de Fi de Grau

Títol

L'impacte internacional de la indústria catalana dels videojocs els anys 2018-2021

Autoria

Marta Lorenzo Marín

Professorat tutor

Dr. Israel David Martínez Espinosa

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	X
Publicitat i Relacions Públiques	
Comunicació Interactiva	
Comunicació de les Organitzacions	

Tipus de TFG

Projecte	
Recerca	X

Data

1 de juny de 2023	X
28 de juliol de 2023	

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	L'impacte internacional de la indústria catalana de videojocs els anys 2018-2021			
Castellà:	El impacto internacional de la industria catalana de videojuegos los años 2018-2021			
Anglès:	The international impact of the catalan industry of videogames in the years 2018-2021			
Autoria:	Marta Lorenzo Marin			
Professorat tutor:	Dr. Israel David Martínez Espinosa			
Curs:	2022/23	Grau:	Comunicació Audiovisual	
			Periodisme	x
			Publicitat i Relacions Públiques	
			Comunicació Interactiva	
			Comunicació de les Organitzacions	

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Videojocs, cultura, tecnologia, Indústria videojocs, investigació, sector català videojocs
Castellà:	Videojuegos, cultura, tecnología, Industria videojuegos, Investigación, sector catalán videojuegos
Anglès:	Videogames, culture, Technology, Videogame industry, Investigation, catalan videogame sector

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	La indústria dels videojocs és un espai que es troba en constant creixement i que cada dia es converteix en una part més important dintre de les indústries creatives i tecnològiques. En aquest Treball de Fi de Grau s'analitzarà quina és la situació de l'escena catalana dels videojocs en l'àmbit internacional dintre dels anys 2018-2021. L'estudi vol determinar si la indústria catalana de videojocs ha crescut dintre d'aquests anys, com ho ha fet i quina és la seva rellevància internacional.
Castellà:	La industria de los videojuegos es un espacio que se encuentra en crecimiento constante y que cada día se convierte en una parte más importante dentro de las industrias creativas y tecnológicas. En este Trabajo de Fin de Grado se analizará cuál es la situación de la escena catalana de videojuegos en el ámbito internacional dentro de los años 2018-2021. El estudio quiere determinar si la industria catalana de videojuegos ha crecido dentro de este periodo, como lo ha hecho y cuál es su relevancia internacional.
Anglès:	The videogame industry is a space that is in constant growth and which every day becomes a more important part inside of the creative and technological industries. This Treball de Fi de Grau will analyse what is the situation in the catalan scene of videogames on an international scale in the years 2018-2021. This study wants to determine if the catalan videogame industry has grown within those years, how has it done so and which is its importance on an international level.



**Universitat Autònoma
de Barcelona**

**FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ
GRAU DE PERIODISME**

L'impacte internacional de la indústria catalana dels videojocs els anys 2018-2021

AUTORA: MARTA LORENZO MARÍN

TUTOR: ISRAEL DAVID MARTÍNEZ

1 DE JUNY DE 2023

Agraïments

M'agradaria donar les gràcies a totes les persones que m'han ajudat aconseguir completar aquest treball.

La meva família i els meus amics per donar-me suport i consells durant aquests mesos. També per acompanyar-me durant llargues tardes treballant en aquest projecte, en especial l'Adri.

Finalment, també agrair al meu tutor, el Dr. Israel David Martínez la seva ajuda per realitzar entrevistes, obtenir recursos pel TFG i la revisió del meu treball. Moltes gràcies també a tothom que m'ha ajudat dintre del món del videojoc donant-me un moment del seu temps amb una entrevista.

INDEX

1. Introducció	1
1.1. Objectius	1
1.2. Hipòtesis	2
1.3. Metodologia	3
2. Les indústries culturals, la indústria de multimèdia i els videojocs	5
2.1. La indústria dels videojocs	9
2.1.1. A nivell internacional als anys 2018-2021	10
2.1.2. A nivell nacional als anys 2018-2021	13
2.1.3. A Catalunya als anys 2018-2021	17
3. La producció de videojocs a Catalunya als anys 2018-2021	21
3.1. Les empreses i els treballadors	23
3.1.1. Força de treball	23
3.1.2. Models de negoci	27
3.2. Finançament, propietat intel·lectual i el govern	30
3.2.1. Finançament i ajudes	30
3.2.3. Legislació de propietat intel·lectual	33
3.3. Eines i Plataformes	35
4. La Covid-19 a la indústria catalana	41
5. Esdeveniments i premis	46
5.1. Esdeveniments i fires	46
5.2. Premis nacionals i internacionals	47
5.3. El cas de Gris	49
6. Altres indústries de l'entreteniment relacionades amb els videojocs	52
6.1. Twitch, Youtube i els <i>streamers</i>	52
7. Anàlisi de resultats i conclusions	55
8. Bibliografia	58
9. Annexos	63

1. Introducció

La indústria dels videojocs es troba en constant creixement i cada cop ocupa un espai més rellevant dintre de la cultura contemporània, tant a nivell econòmic com artístic i d'entreteniment. De la mateixa manera, aquesta progressió del videojoc s'està produint arreu del món i cada cop els videojocs estan prenent un paper més important en la nostra vida.

Aquest treball de fi de grau vol esbrinar quin ha sigut l'impacte internacional de l'escena catalana dels videojocs dintre del període del 2018 fins al 2021. Així, es vol examinar l'evolució de la indústria catalana i quin és el paper que ocupa actualment en l'àmbit internacional dels videojocs.

1.1. Objectius

El **principal objectiu** amb el qual s'ha creat aquest estudi és el d'examinar a profunditat l'evolució de la indústria dels videojocs a Catalunya durant el període 2018-2021 per poder veure quin ha sigut (si existeix) l'impacte internacional dels videojocs catalans.

Actualment, els videojocs, i la indústria que porten a la seva espatlla, estan convertint-se en una part més, i més important dintre de l'escena de l'entreteniment i de la tecnologia. En els últims anys els videojocs han evolucionat de manera dràstica i molt ràpidament, tant pel que fa als seus gràfics, les seves històries, els seus jugadors, la indústria i el seu pes econòmic dintre del mercat audiovisual. S'ha escollit aquest període de temps en concret perquè es tracta dels anys més propers a l'actualitat dels que es disposen dades, a més de ser un període en el qual la indústria dels videojocs, tant a nivell català com internacional, ha patit molts canvis i obstacles que han afectat a tots els àmbits. Per tant, aquest període ens permet examinar com ha arribat la indústria dels videojocs a l'estat actual i com ha tractat esdeveniments com la pandèmia de la Covid-19.

Els videojocs estan formats per una complexa barreja de diferents àmbits entre els quals podem trobar la tecnologia, l'art, la narrativa, la música i la interactivitat entre molts altres, i aquesta combinació és la que ha portat al fet que els videojocs esdevinguin una part rellevant dintre de la indústria cultural al segle XXI (Rodríguez Beijo y Pestano Rodríguez, 2012 citat per González & Cortés & Palma, 2019).

A més, a més no solament podem trobar els videojocs dintre de la bombolla de l'oci a la nostra vida social, sinó que aquests també s'han anat obrint camí a altres espais com ara els

lúdics. Els videojocs s'han convertit en una eina d'ensenyament i el primer contacte que els nens petits tenen amb les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC) (Belli y López, 2008).

Per tant, el paper dels videojocs dintre de la nostra societat va augmentant contínuament i o fa a una gran velocitat. Això porta al fet que conèixer la situació de la indústria de videojocs catalana en l'àmbit mundial sigui un punt interessant a investigar. Tant per veure quines oportunitats de negoci ofereix, com per veure el rol que té aquesta en l'actualitat dintre de la nostra vida i l'espai que ocupa en el mercat internacional dels videojocs.

D'aquesta manera, un **segon objectiu** del treball és trobar quin és l'estat de treball dintre de la indústria catalana i la formació per entrar a ser part d'aquesta. Es vol respondre a les preguntes de quines oportunitats de treball ofereix el sector actualment en el nostre territori, la qualitat d'aquestes i com ha evolucionat el mercat català audiovisual dins d'aquest àmbit.

1.2. Hipòtesis

Aquesta recerca parteix de diverses hipòtesis relacionades amb la temàtica a investigar. Primer de tot, es vol establir si és real la idea que la indústria catalana dels videojocs es troba actualment en una època de rellevància internacional.

És veritat que actualment, al directori d'empreses de la Asociación Española de Videojuegos podem arribar a trobar fins a 107 empreses que són de Catalunya¹. També, segons la Base de Dades de Videojoc Espanyol, podem trobar una llarga llista d'empreses que tenen la seva seu en el territori català², però això no serveix com a prova de la seva importància internacional.

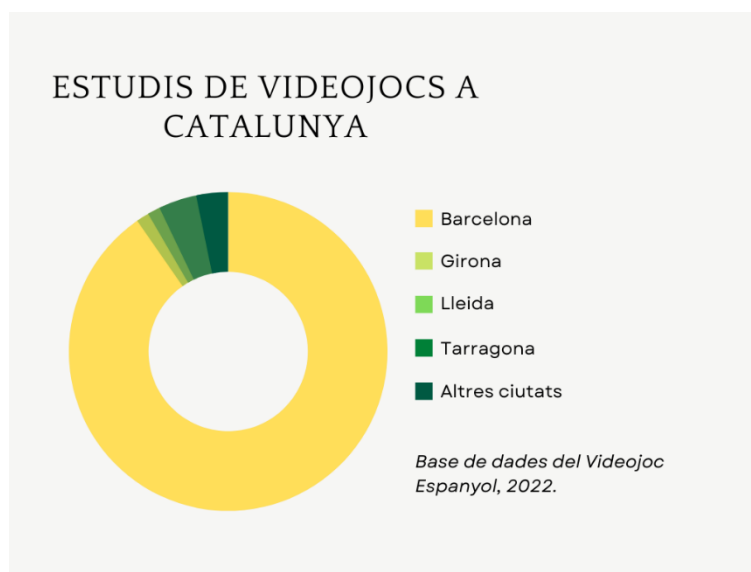
Dintre d'aquestes empreses podem observar que la seva mida és molt variada. Trobem una majoria d'estudis formats per grups d'entre 2 i 10 persones, però cal destacar que també podem trobar empreses que arriben fins a 750 membres, com King Barcelona i altres empreses amb un nombre important de treballadors com Ubisoft, Digital Legends, Gameloft Barcelona i Social Point.

A més, a més, en aquesta base de dades podem observar com la majoria d'empreses es concentren a Barcelona. Això no treu que trobem una part d'aquestes en altres punts del territori com Tarragona, Sitges, Girona, Lleida i Reus, per exemple. Per tant, en aquest estudi

1: A la [Asociación Española de Videojuegos](#) podem trobar un directori que ens detalla les empreses espanyoles de videojocs segons la seva comunitat autònoma.

2: A la [Base de Dades del Videojoc Espanyol](#) podem arribar a trobar fins a 154 empreses que estan localitzades arreu del territori català.

partim de la hipòtesi que Barcelona ha esdevingut un *hub* important dintre del món dels videojocs, tant nacionalment com internacionalment.



Gràfic 1: Dades d'Estudis de Videojocs a Catalunya de la base de dades del Videojoc Espanyol, 2022.

En conclusió, aquest estudi parteix de les hipòtesis que hi ha una indústria catalana de videojocs que ha anat evolucionat aquests últims anys, augmentant la seva mida i la seva rellevància internacionalment. En particular, per una banda, es vol destacar el creixement que ha patit durant el període del 2018 al 2021. Per una altra banda, l'estudi situa Barcelona com la ciutat clau dins d'aquesta evolució dels videojocs, ja que sembla ser el centre de reunió d'estudis de videojocs més important del territori català.

1.3. Metodologia

El procediment que es seguirà per examinar la temàtica presentada es basa en un mètode tant quantitatiu com qualitatiu. L'article pretén fer un examen de la situació que porti informació basada en dades, estudis i estadístiques combinada amb una mirada més personal de les persones involucrades en el desenvolupament dels videojocs.

Primer de tot, es volen examinar les dades que envolten la temàtica presentada. Es farà una recerca prèvia on s'observaran diversos estudis que tracten el desenvolupament dels videojocs catalans, espanyols i internacionals i que presenten quina ha sigut l'evolució d'aquest sector cultural al llarg del període determinat de recerca. D'aquesta manera, es pot

pintar una imatge de l'escenari davant del qual ens trobem, com aquest actua i com ha evolucionat.

Aquest treball farà ús d'informes provinents de la Asociación Española de Videojuegos com l'Informe Anual de Videojocs, del qual s'examinaran les publicacions fetes durant els anys d'estudi establerts. També s'estudiarà el Llibre Blanc del Desenvolupament de Videojocs a Espanya i Catalunya, dels anys corresponents, una publicació del Desarrollo Español de Videojuegos. A més a més de publicacions estadístiques del govern espanyol, català i europeu sobre l'indústria cultural i dels videojocs.

A continuació, la secció qualitativa del treball està enfocada al voltant d'entrevistes realitzades a persones involucrades en l'escena dels videojocs. El perfil principal de persona que s'investigarà en aquesta secció són els treballadors que formen part del sector de videojocs (modeladors, programadors, dissenyadors...) passant per treballadors d'empreses *indies* com a directors d'aquests estudis, i també es parlarà amb persones especialitzades en aquest camp. Aquestes entrevistes volen donar una perspectiva més humana a la indústria dels videojocs i les persones que en formen part.

2. Les indústries culturals, la indústria multimèdia i els videojocs

Aquest treball vol parlar dels videojocs, però, què són els videojocs? Quin lloc ocupen dintre de la nostra societat, economia i cultura? Per començar a resoldre aquestes qüestions cal entendre que és una indústria cultural.

El terme “indústria cultural” va sorgir al 1947 a l'estudi de Theodor Adorno i Max Horkheimer, “Dialéctica del Esclarecimiento”. Aleshores, el seu significat es referia a les tècniques de reproducció industrial en la creació i difusió massiva d'obres culturals dintre d'una societat capitalista (Lebrún, 2014:46).

“El término industria cultural se refiere a aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural.”
(Lebrún, 2014)

Aquests autors són responsables per donar una de les primeres descripcions de la mediatització de la cultura moderna. El terme neix en una escena global on està començant a sorgir la societat de masses i la cultura s'està mercantilitzant cada cop més (Zapett, 2002). És a dir, es tracta d'una definició que neix per referir-se a la producció de la cultura de masses i l'economia naixent d'aquest negoci en una societat cada cop més capitalista, per exemple, el cine, la ràdio i la televisió no eren considerats com una expressió cultural sinó productes d'aquesta indústria (Lebrún, 2014:46).

El concepte d'indústries culturals, en plural, neix uns anys més tard, ja als anys setanta, a França quan es comencen a fer els primers estudis empírics, econòmics i sociològics dedicats a estudiar el funcionament dels grans sectors de la cultura contemporània (Bustamante, 2017).

“[Las industrias culturales son] Toda una serie de creaciones simbólicas que, multiplicadas en numerosas copias en soportes materiales o inmateriales van al encuentro de sus receptores” (Bustamante, 2003:21 citado en Bustamante, 2017)

L'enfocament que trobem al terme d'indústries culturals agafa d'aquesta manera una nova perspectiva que reconeix que una gran part de la cultura moderna s'ha industrialitzat però, que arran d'aquest procés i la seva mercantilització neix una doble cara³ (Bustamante, 2017). Aquí és on podem començar a veure un reconeixement tant de la part econòmica (crea creixement econòmic i feina) com també de la part cultural com a reflex dels valors de la nostra societat (Bustamante, 2017).

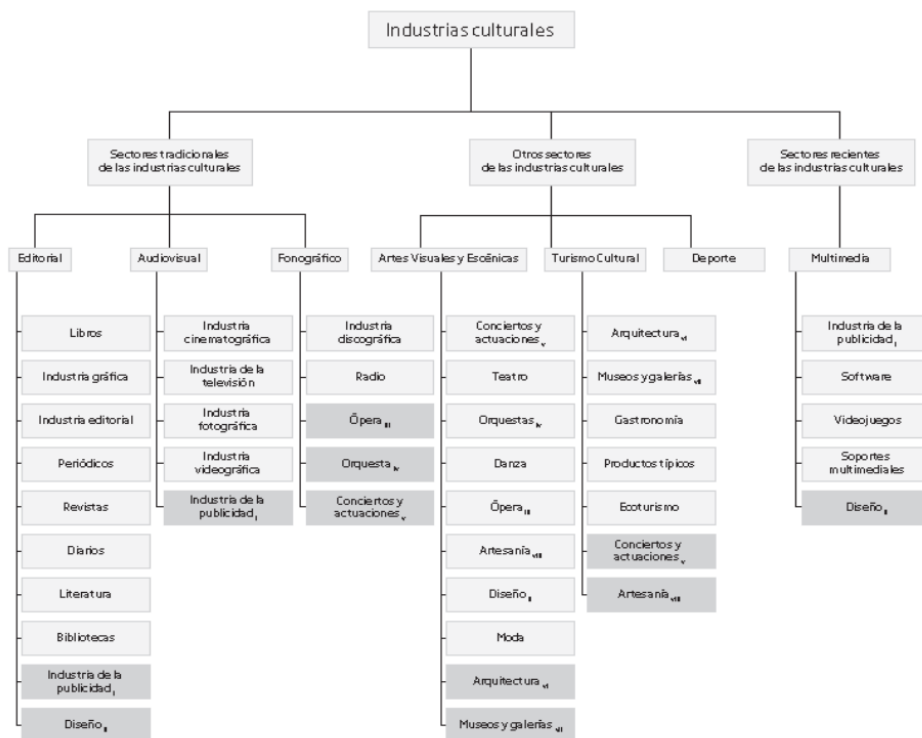
3: Al seu article, Bustamante (2017) ens explica que els termes que sorgeixen al voltant de les indústries culturals i la capitalització de la cultura ho fan buscant una diferenciació entre la cultura clàssica caracteritzada per l'original únic (només existia una peça de cada obra d'art) a diferència de la cultura industrialitzada.

“[Las industrias culturales son] un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales, productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social” (Zallo, 2988a:26 citado por Bustamante, 2017).

Com podem veure, el significat d’aquest terme ha anat canviant al llarg dels anys a causa de la ràpida evolució de les TIC i la societat de masses. Això ha portat a que noves definicions siguin necessàries per establir què comprenen actualment les “indústries culturals”. Al 2009, la UNESCO va proposar una nova definició més àmplia per incloure els canvis tecnològics, socials i econòmics que han vingut després del sorgiment del terme d’indústries culturals.

“Aquells sector d’activitat organitzada que tenen com a objecte principal la producció o la reproducció, la promoció, la difusió i/o la comercialització de bens, serveis i activitats de contingut cultural, artístic o patrimonial”

Mirant a aquesta definició podem clarament observar que les indústries culturals tenen dos vessants. Per una banda, veiem que són una expressió econòmica que inclou el creixement mercantil (creació de treballs, empreses, contingut) i el desenvolupament social d’una comunitat, i per una altra banda, són una expressió cultural (González & Cortés & Palma, 2019).



Gràfic 2: Indústries culturals (Lebrún (2014) recuperat de l'Organització de les Nacions Unides per la Educació, Ciència i la Cultura, 2010)

Aquest doble fil amb el que compten les indústries culturals amb la combinació d'un àmbit econòmic i cultural li dona a aquesta indústria un perfil molt distintiu (Nacions Unides, 2008 citat per González & Cortés & Palma, 2019).

Juntament amb les indústries culturals, existeix una segona expressió que es vol examinar en aquest treball: les indústries creatives.

Segons l'article de Lebrún (2014), aquest concepte neix el 1980 a Austràlia, però es va desenvolupar al Regne Unit durant el primer govern de Tony Blair com una estratègia política per fomentar nous llocs de treball, nous mercats i permetre la inclusió social. Aquesta proposta política la trobem al document Creative Industries Task Force Mapping Document publicat el 1988 on es defineixen les indústries creatives com:

“Aquelles indústries que tenen el seu origen en la creativitat individual, habilitat i talent i que tenen potencial per crear riquesa i ocupació a través de la generació i explotació de la propietat intel·lectual”

El terme indústries creatives, igual que el que hem examinat prèviament, també ha anat evolucionant amb el temps i avui en dia, arriba a incloure molt més que la producció de continguts per a mitjans tradicionals o per mitjans digitals, ja que fins i tot, dintre d'aquestes indústries creatives podem trobar l'arquitectura i la publicitat entre d'altres (Lebrún, 2014).

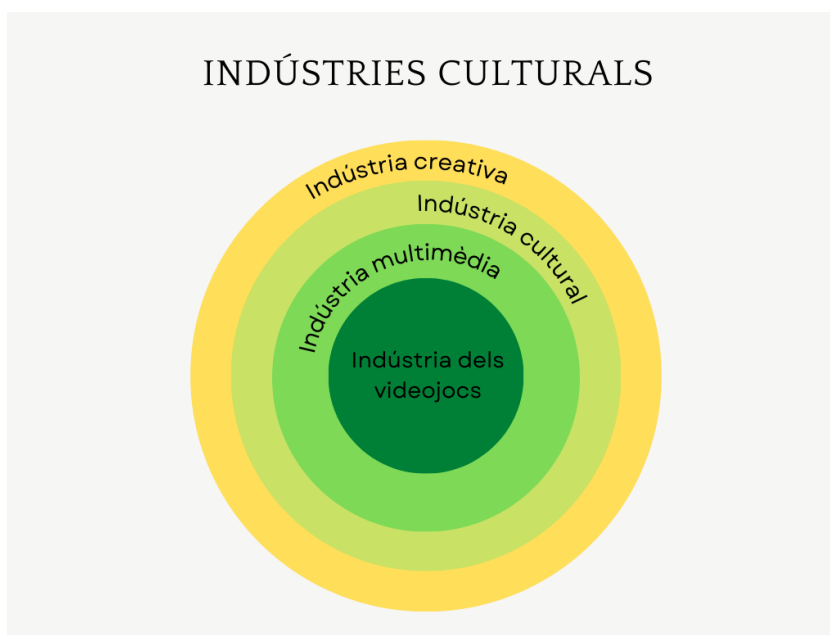
El nombre d'indústries que es troben dintre de l'ombra de les indústries creatives van augmentant i canviant de la mateixa manera que ho fa la definició del terme. Per tant, podem veure després examinar aquests dos conceptes que l'expressió d'indústries creatives abasta un “conjunt més ampli d'activitats que inclouen les indústries culturals, més tota la producció artística o cultural” (Lebrún, 2014).

En conclusió, els termes indústries culturals i indústries creatives han anat evolucionant ràpidament amb la pròpia economia relacionada amb la cultura. També, cal no oblidar que a causa de la naturalesa d'aquests termes no existeix una definició que ens serveixi com a única, ja que es tracta d'un sector que es troba constantment en evolució i canviant. No hi ha res que sigui fix i estable en les definicions que es troben relacionades amb les indústries culturals i creatives (Cunningham, 2002).

Tot i que sí existeixen coses en comú entre les indústries culturals i creatives, Cunningham (2002) proposa que les diferències entre aquestes es poden resumir amb els següents punts:

“El concepte de les indústries creatives està intentant traçar un canvi històric de les "arts públiques" subvencionades i els mitjans de comunicació de l'era de l'emissió, cap a noves i més àmplies aplicacions de la creativitat. Aquest sector està aprofitant (però no es limita a) la "nova economia" i les seves característiques associades. [...] La interactivitat, la convergència, la personalització, la col·laboració i les xarxes són claus. Les indústries creatives són menys nacionals, més globals i locals/regionals que les típiques dels sistemes públics de radiodifusió, les empreses d'arts emblemàtiques, etc. [...] De la mateixa manera que les empreses en general han hagut de convertir-se intenses en informació, també s'estan convertint en més "intenses en creativitat"”

Aleshores, aquest treball farà ús del terme indústries creatives com a englobant de les indústries culturals. Com es pot veure en el Gràfic 2, el document de la Organització de les Nacions Unides per l'Educació, Ciència i Cultura situa al sector multimèdia com a un sector recent dintre de les indústries culturals. És en aquest àmbit multimèdia on trobem la indústria dels videojocs i els videojocs.



Gràfic 3: Les indústries culturals, classificació de major a menor.

Com a últim punt, aquest treball amb el Gràfic 3 vol situar la posició des de la qual construeix la visió de la indústria dels videojocs a l'ample espectre que aporten les indústries creatives i culturals.

2.1 La indústria dels videojocs

Per una banda, per respondre finalment a la pregunta de què són els videojocs, Adriana Gil i Tere Vida al seu llibre “Els videojocs”, publicat al 2008, els defineixen de la següent manera:

“Els videojocs són programes informàtics dissenyats per l’entreteniment i la diversió que es poden utilitzar a través de diversos suports com les videoconsols, els ordinadors o els telèfons mòbils. Al llarg dels seus més de trenta anys d’evolució, els videojocs han anat incorporant les característiques i capacitats de les noves tecnologies com la combinació de diversos llenguatges audiovisuals en un mateix suport, la interactivitat, la capacitat per processar informació i la connectivitat. Tot això, explorant les possibilitats d’aquest nou mitjà per oferir experiències lúdiques de gran valor als seus jugadors i jugadores.”

Per una altra banda, segons l’article de González & Cortés & Palma (2019), Cohendet y Simon (2007) descriuen els videojocs com una complexa barreja de tecnologia, art i narrativa, en la qual es desenvolupen i integren elements interactius de disseny, arts gràfiques, música i qualitat industrial.

Tot i això, aquestes no són les úniques definicions que existeixen. Avui en dia, hi han moltes definicions de què són els videojocs i no n’hi ha cap que sigui considerada absoluta⁴. En altres paraules, està clar que tot i no existir una definició absoluta de que és un videojoc, totes aquestes tenen punts en comú que serveixen per establir quines són les característiques d’aquest mitjà, què el fa diferent a altres, i per què es tracta d’un sector cada cop més rellevant dintre de les indústries culturals.

La interactivitat, multimèdia, música, gràfics, visuals i tecnologia són una combinació d’elements que es reuneixen per crear el videojoc, al voltant del qual s’ha anat construint la indústria del videojoc i el seu públic.

“Es la combinación de estas características lo que permitió que a comienzos del siglo XXI los videojuegos se proyectaran como un sector relevante dentro de las industrias culturales, promoviendo no solo el interés por parte de consumidores y empresas, sino de personas de las áreas académicas y de investigación” (Rodríguez, Beijo & Pestano Rodríguez, 2012 citado pr González & Cortés & Palma, 2019).

El videojoc, i per tant, la indústria que ha nascut d’ell no només forma part de la cultura sinó, que també es tracta d’un sector que aglomera la cultura i la tecnologia fent que treballin juntes per arribar a aconseguir el que nosaltres coneixem com a videojoc.

4: En el cas de la RAE (Real Academia Española) la definició de videojoc és “un juego electrónico que se visualiza en una pantalla” i que és “un dispositivo electrónico que permite, mediante mandos apropiados, simular juegos en las pantallas de un televisor, computadora u otro dispositivo electrónico”.

La indústria del videojoc creix igual de ràpid que ho fa la tecnologia, ja que quantes més coses ens permet fer aquesta a nivell de mons virtuals, intel·ligència artificial i interactivitat, també ho fan els videojocs que en fan ús d'aquestes característiques. A més, a més, això suposa que la gent que forma aquesta indústria cultural no només provenen del sector creatiu (dibuixants, animadors, dissenyadors gràfics, músics) sinó que també necessita de coneixements tecnològics i de programació.

En conclusió, la indústria dels videojocs és un sector complex i que refereix de la col·laboració de molts perfils per arribar a fabricar el que coneixem com a videojoc, ja sigui un *indie* o un *triple A*. A Això, li podem afegir que és una indústria en constant evolució i que com veurem a continuació, cada cop pren més força dintre del mercat econòmic.

2.1.1. A nivell internacional als anys 2018-2021

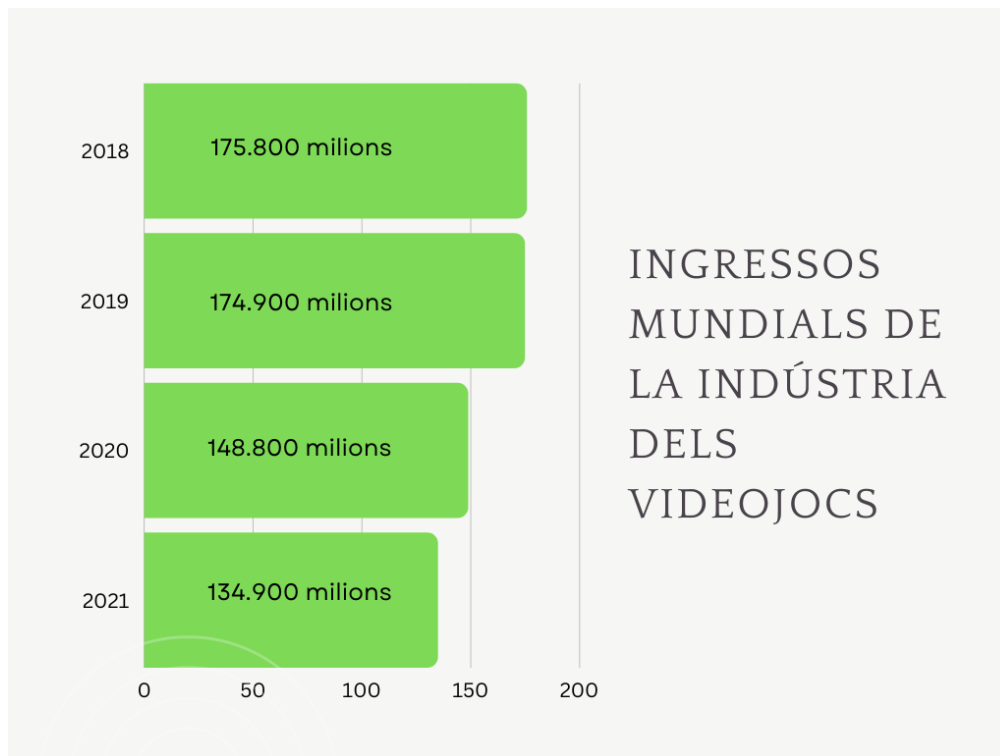
La indústria dels videojocs ha esdevingut aquests últims anys una gran força dintre de la indústria de l'entreteniment i cada any va augmentant el seu pes dintre del mercat i de la societat.

“El videojuego es el principal motor del entretenimiento global y representa una industria que ha sido capaz de generar 134.900 millones de dolares en 2018” (Newzoo, citat pel Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos 2018 (DEV, 2018)

“La industria internacional del videojuego acumula titulares tanto desde el punto de vista del consumo, ya que las cifras del mercado indican que podría superar a la industria del cine, como desde punto de vista empresarial y de generación de empleo” (El Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, DEV, 2019)

A les dades del 2018 del Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, el mercat internacional dels videojocs va facturar 175.800 milions de dòlars, després de créixer un 10,9% respecte a l'any anterior. Aquesta xifra ha patit algunes variacions als anys següents, en gran part per la crisi mundial de la Covid-19, tot i això, la indústria dels videojocs s'ha mantingut forta.

Al mateix informe del Libro Blanco del 2019, segons les dades de Newzoo, els ingressos generats per aquesta indústria als anys següents – tal com podem veure al Gràfic 4 – es troben als 174.900 milions, el 2020 baixa fins als 148.800 milions i finalment, el 2021 es troba amb la xifra de 134.900 milions de dòlars.



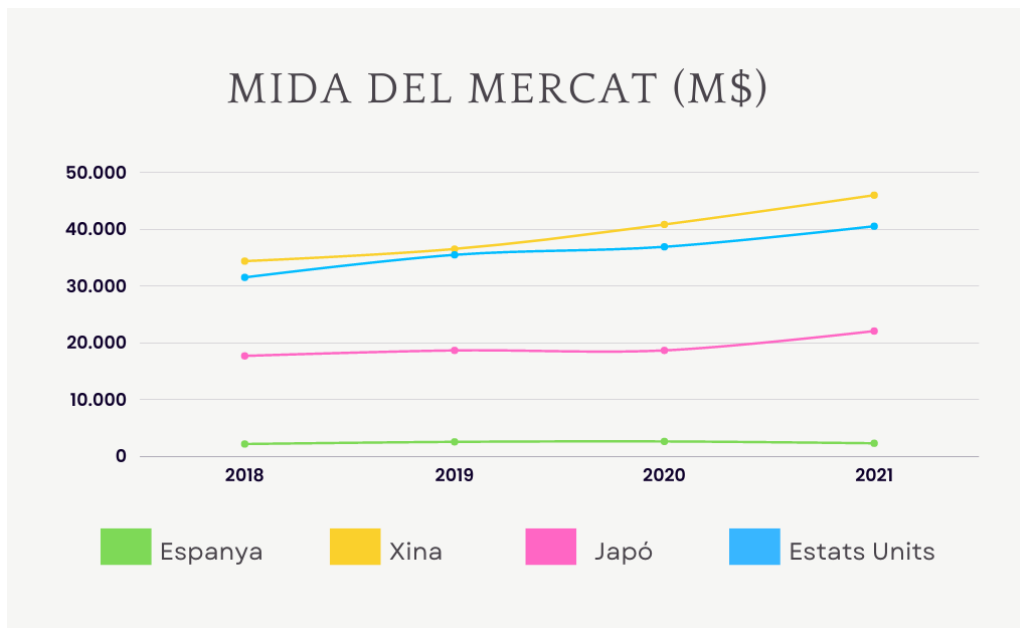
Gràfic 4: Ingressos mundials de la indústria dels videojocs segons les dades de Newzoo, citat al Libro Blanco de Desarrollo de Videojuegos Españoles, 2018, 2019, 2020 i 2021.

Com s’ha esmentat prèviament, la facturació de la indústria dintre d’aquests anys ha anat baixant anualment. La gran baixada la podem trobar el 2020 i, consegüentment al 2021 també, i es pot relacionar amb l’arribada total de la pandèmia de la Covid-19, un fenomen que va afectar a tot el món i va tenir repercussions indubtables a l’hora de dur a terme la feina⁵. Sí que cal mencionar que la indústria dels videojocs ha comptat amb més facilitats que altres per adaptar-se al teletreball i el que aquest suposa per la creació de videojocs degut a la mateixa naturalesa tecnològica i online de la indústria.

A continuació, també cal mirar com és el mercat de videojoc a les diferents regions del món, ja que aquestes actuen de manera diferent en cadascun dels seus mercats propis. A més, a més, la seva mida, i, per tant, la seva força també és molt diferent depenent de la regió.

Al llarg d’aquests anys els diversos mercats internacionals han anat creixent però, hi ha dos països en concret que s’han mantingut com a grans potències dintre del mercat dels videojocs, amb una gran diferència a la resta del món. Aquestes dues principals forces són la Xina i els Estats Units, seguits a una certa distància per Japó.

5: Tant al Libro del Desarrollo Español de Videojuegos del 2020 comenta que aquest va ser un any “especialment delicat” degut als efectes de la pandèmia, tot i que es mostra un creixement en la activitat econòmica. A la publicació del 2021, s’exposen els efectes secundaris de la Covid-19.



Gràfic 5: Mida dels principals mercats dels videojocs comparats amb el mercat espanyol. Dades extretes dels Libros Blancos del Desarrollo Español de Videojuegos dels anys 2018, 2019, 2020 i 2021.

Tal com es pot veure al Gràfic 5, la Xina i els Estats Units tenen unes indústries de videojocs amb una gran força, inclús quan les comparem amb el Japó, el tercer país amb el mercat més gran. Per tant, no hi ha cap dubte de què la Xina i els Estats Units són les principals potències dintre de la indústria dels videojocs actual.

També, per acabar de crear la imatge de quina és la situació dels videojocs en el període del 2018 al 2021, aquest treball vol acabar de fer una ullada a les quatre empreses principals de videojocs aquests anys. Tencent, Sony, Microsoft i Apple són les principals empreses dintre de la indústria dels videojocs segons els seus ingressos.

Al llarg d'aquests 4 anys, Tencent i Sony, mantenen la seva posició com a primera i segona empresa dintre del mercat seguides per Apple que ocupa el tercer lloc als informes del Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos els anys 2018, 2020 i 2021, ja que el 2019 Microsoft va prendre-li el tercer lloc. Microsoft es troba al quart lloc als anys 2018, 2020 i 2021.

Aquestes dades ens permeten veure com dels anys 2018 fins al 2021, i avui en dia, la indústria dels videojocs en l'àmbit internacional està principalment liderada per dos països que tenen una gran distància amb qualsevol dels altres seguidors. Com és d'esperar les empreses més notòries a nivell d'ingressos de la indústria també tenen les seves oficines base als principals països que s'han esmentat abans (Estats Units, Xina i el Japó).

Tot i així, aquest treball vol mencionar que la indústria espanyola de videojocs ha aconseguit situar-se dintre dels 10 primers mercats de videojocs mundials d'una manera bastant constant al llarg d'aquests 4 anys d'estudi. Com veurem més endavant, Catalunya suposa aproximadament un 50% de la facturació de la indústria espanyola al mercat dels videojocs.

El mercat de videojocs, tot i ser una indústria que ha pres més força en les últimes dècades, ha donat a llum a tota mena de jocs. Dintre de la creació d'aquest sector podem trobar videojocs que han tingut des de pressupostos iguals a pel·lícules de Hollywood com d'altres que n'han tingut un de molt menor⁶.

En conclusió, la indústria internacional dels videojocs té dos líders clars al capdavant (els Estats Units i la Xina), seguits pel Japó. Aquests tres actors els veiem també reflectits en les empreses líders del sector. Tot i això, la indústria espanyola aconsegueix fer-se un nom dintre del ràpidament creixent mercat dels videojocs que ha anat augmentant la seva mida exponencialment any rere any. Els informes del Libro Blanco de Desarrollo Español de Videojuegos consultats per aquest treball han estat redactats amb les dades de Newzoo⁷.

2.1.2 A nivell nacional als anys 2018-2021

En aquest punt, es vol posar la mirada sobre la indústria de videojocs espanyola, un mercat que està creixent constantment. Com ja hem vist abans es tracta d'una indústria que combina molts factors com cultura, talent creatiu i tecnologia i que, gràcies a la bona evolució de la indústria espanyola, sembla que acabarà desenvolupant un paper molt rellevant dintre de l'economia digital de l'Estat Espanyol (AEVI, 2021).

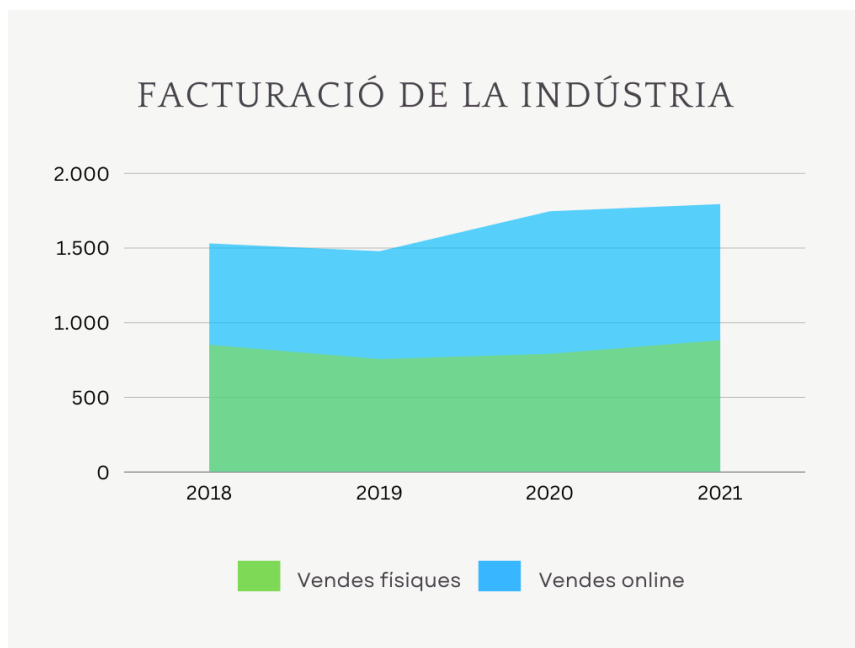
En aquesta part del treball, per una banda, s'utilitzaran dades provinents del Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos publicats als anys 2018, 2019, 2020 i 2021, que consta amb dades d'elaboració pròpia a través d'enquestes del DEV. Per una altra banda, es farà ús de dades de El Anuario del Videojuego, una publicació anual feta per l'AEVI on les fonts de les dades extretes són del GSD i Gametrack⁸.

A l'hora d'observar la facturació espanyola segons les dades de El Anuario del Videojuego dels anys 2018, 2019, 2020 i 2021 (AEVI) podem veure com ha anat augmentant progressivament, tot i el descens patit el 2019.

6: Alguns videojocs es poden classificar entre *triples A* i *indies* en relació al pressupost que hi ha darrere d'aquests però no existeix una xifra absoluta que diferenciï un del altre. Veure més als annexos.

7: Newzoo una companyia líder en recopilació de dades de la indústria dels videojocs i dels seus seguidors. També fa negocis venent dades que recopila sobre la indústria a alguns actors dintre del mercat i del sector.

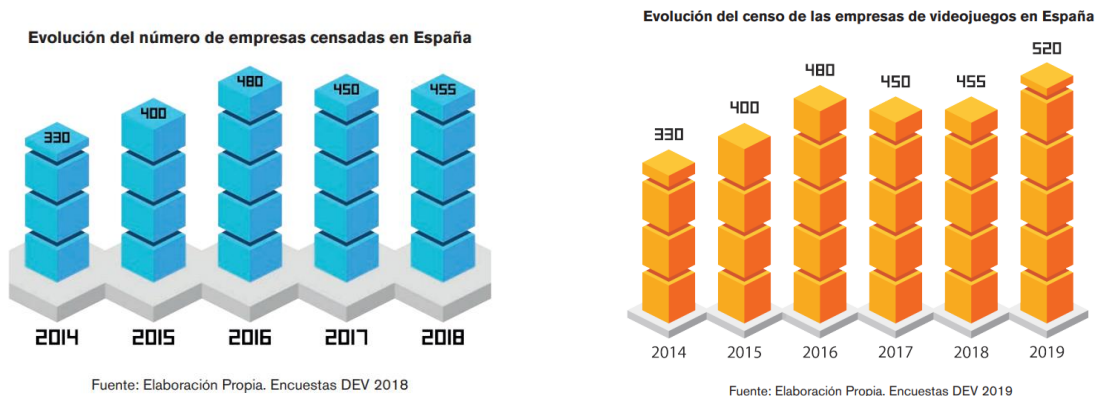
8: GSD, es una empresa que es dedica a recopilar dades sobre la indústria dels videojocs a nivell europeu i fer publicacions anuals, a més de vendre aquestes dades a empreses o associacions. Gametrack és una enquesta europea que permet controlar els comportaments dels diferents actors dintre del mercat dels videojocs.



Gràfic 6: Facturació total de la indústria espanyola de videojocs dividida entre vendes físiques i online. Dades extretes de El Anuario del Videojuego dels anys 2018, 2019, 2020 i 2021.

Per una banda, si ens fixem en les vendes online⁹ es pot observar com han anat augmentant any rere any fins a arribar a superar les vendes físiques que s’han fet dintre del mercat espanyol. Aquestes vendes físiques, per una altra banda, sembla que s’han mantingut considerablement estables al llarg d’aquests 4 anys.

Si li donem una ullada a les xifres de facturació del Libro Blanco del Desarrollo de Videojuegos Español (DEV, 2018, 2019, 2020 i 2021) podem veure com es reparteix dintre del territori aquesta facturació anual. Les dues principals amb una major facturació del territori són Catalunya i Madrid sent responsables d’un 50% i 28% de la facturació anual del 2021, respectivament. Als 3 anys anteriors, els percentatges havien continuat voltant el 50% per Catalunya i el 30% per Madrid (DEV, 2018, 2019, 2020, 2021).

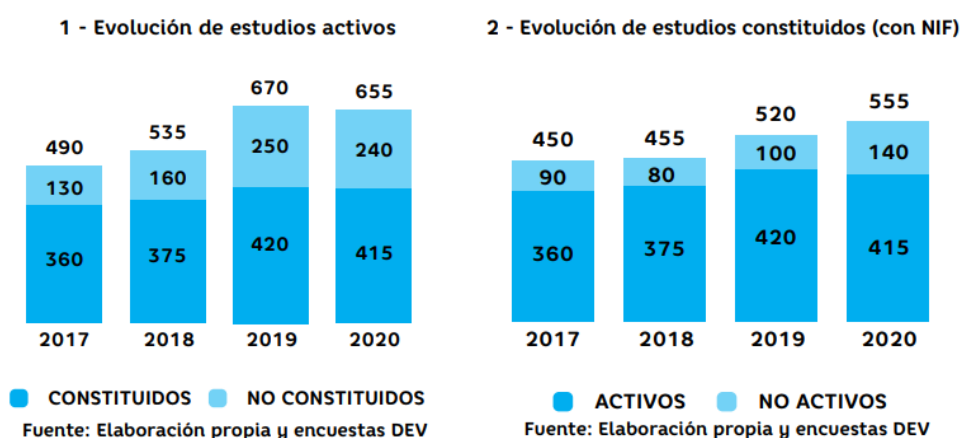


Gràfic 7: Número d'empreses a Espanya segons els dades del Libro de Desarrollo Español de Videojuegos dels anys 2014 i 2019.

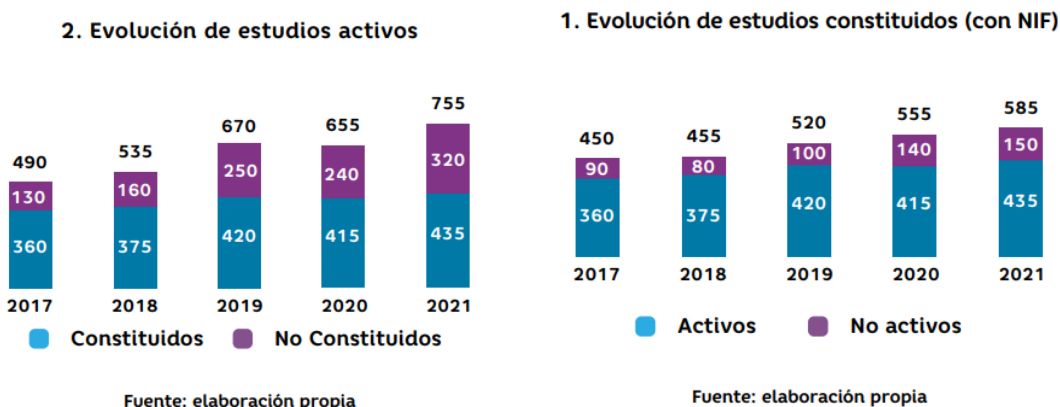
9: Com a vendes online s’entenen les vendes realitzades a plataformes online, aplicacions i subscripcions a serveis com PSN i XboxLive. Com a vendes físiques s’entenen tant jocs com hardware, software i accessoris.

A continuació, per continuar formant la idea de com es troba l'escena espanyola en aquests anys, cal saber quantes empreses existeixen en l'Estat espanyol per formar la indústria de videojocs nacional.

Per una banda, si observem els resultats dels informes publicats per la DEV els anys 2018 i 2019, al Gràfic 7, podem veure com el nombre d'estudis a Espanya augmenta considerablement entre els anys indicats prèviament. Per una altra banda, als anys següents, l'estudi ja comença a tenir en compte empreses que no estan constituïdes (no tenen NIF) juntament amb les que ho estan, i també compta amb dades que indiquen l'evolució dels estudis que es troben actualment actius (estiguin o no constituïts).



Gràfic 9: Dades sobre les empreses de videojocs al Estat espanyol al any 2020. Dades extretes del Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (DEV, 2020)

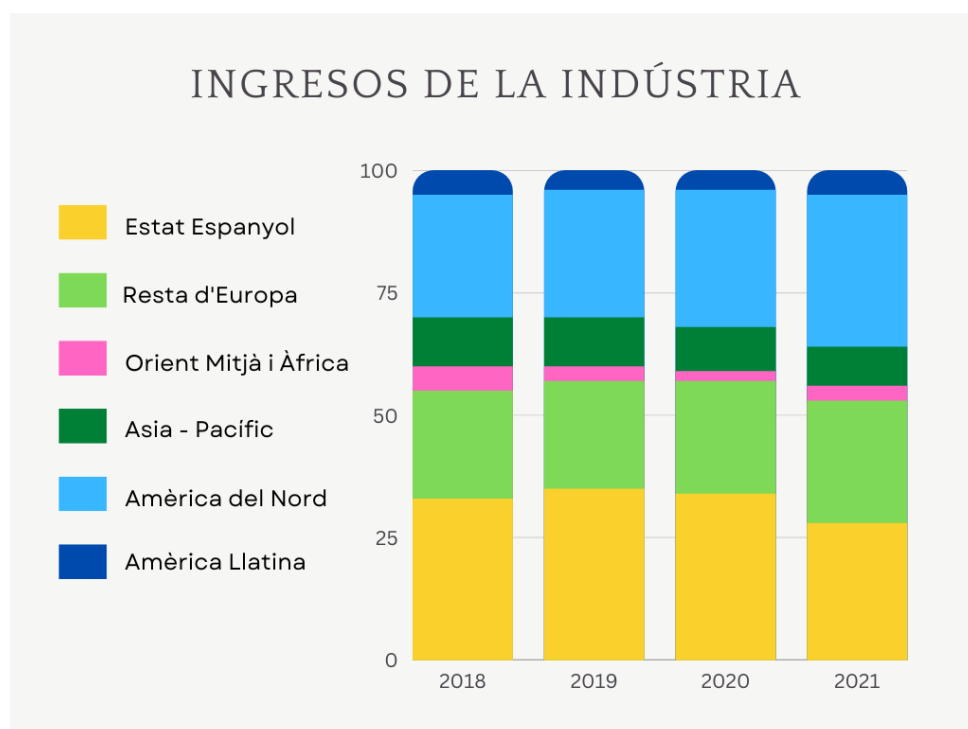


Gràfic 8: Dades sobre les empreses de videojocs al Estat espanyol al any 2021. Dades extretes del Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (DEV, 2021)

Amb aquestes dades podem veure com al llarg del període 2018-2021, el nombre d'empreses actives dintre del territori espanyol ha anat augmentant (amb un petit descens el 2020, possiblement atribuït a la Covid-19) any rere any. Desafortunadament, tot i que el nombre

d'estudis actius ha crescut, el nombre d'estudis constituïts no actius també ha anat augmentant amb el pas del temps.

És a dir, que es tracta d'una indústria que compta amb un nombre important d'empreses que no estan actives però, que van deixant pas a nous estudis que van evolucionant i naixent al territori espanyol. Tot i això, encara que a Espanya podem arribar a trobar seus de grans empreses internacionals com Ubisoft (vintena empresa dintre de les 25 empreses principals mundialment), Riot Games o Bandai Namco, entre d'altres, la majoria d'empreses espanyoles són d'una mida petita o mitjana.



Gràfic 10: Percentatge d'ingressos segons la seva regió de provenença amb les dades del Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (DEV, 2018, 2019, 2020, 2021).

Finalment, fent una última ullada a la facturació de l'Estat espanyol d'acord amb les regions d'on provenen els ingressos és possible fer-se una idea d'on està trobant més èxit el mercat espanyol de videojocs.

Com podem veure al Gràfic 10, hi ha tres zones principals de les quals prové la facturació espanyola. Primerament, la gran part prové d'ingressos de dintre del mateix Estat espanyol, tot i que el 2021 podem veure com aquestes disminueixen mentre que d'altres regions augmenten el nombre d'ingressos. També, destacar que al llarg del període del 2018-2021, les regions mundials on més èxit han tingut els productes espanyols són la resta d'Europa i Amèrica del Nord, gairebé, arribant a igualar els ingressos provinents de dintre del propi

estat. Per tant, podem veure com la indústria espanyola de videojocs compta amb una important rellevància fora del país, sobretot, a l'hora de trobar facturació.

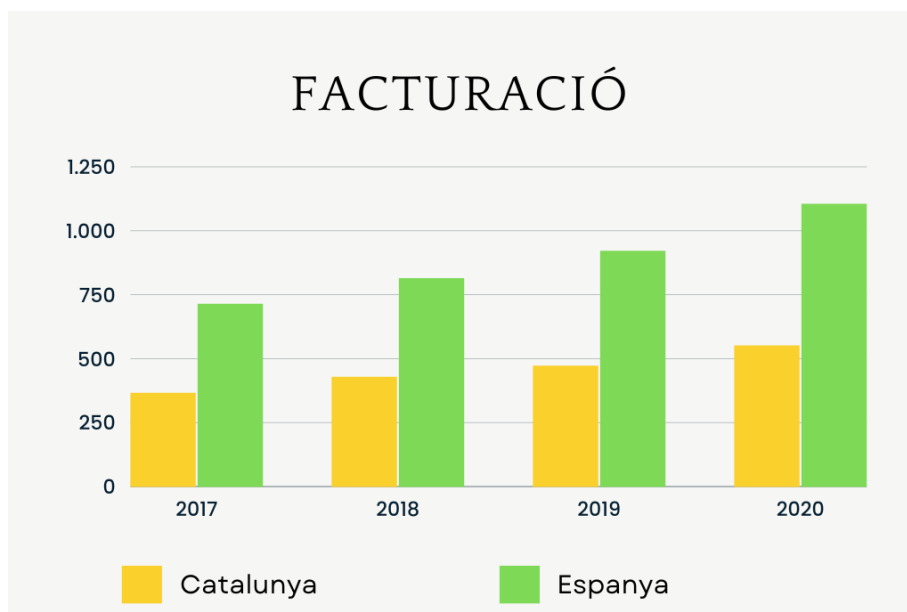
En conclusió, el mercat espanyol de videojocs es troba en una corba de creixement al llarg d'aquests anys amb algunes irregularitats els anys que s'han vist més afectats per la pandèmia de la Covid-19. Tot i així, aquest creixement de la indústria encara es troba fortament present. Aquestes dades també ajuden a mostrar la importància que té el mercat internacional per la indústria espanyola.

2.1.3. A Catalunya als anys 2018-2021

La indústria de videojocs catalana ha anat evolucionant de la mà de la indústria espanyola al llarg d'aquests anys. Encara més, la manera en que ha crescut la fa especialment interessant d'analitzar durant aquests darrers anys.

Segons el Llibre Blanc de la Indústria Catalana del Videojoc del 2018, és aquest mateix any on Catalunya es consolida com força principal de desenvolupament de videojocs dintre de l'Estat Espanyol. L'informe exposa que el 30% de les empreses del territori espanyol es troben a Catalunya i que aquestes aconseguixen concentrar la meitat de la facturació i l'ocupació total.

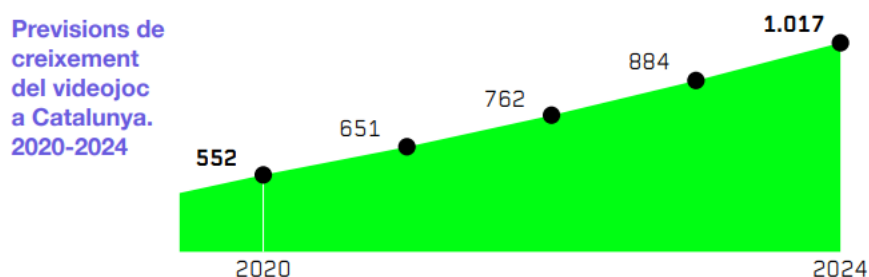
El 2019, amb les dades del Llibre Blanc de la Indústria Catalana del Videojoc, podem veure com Catalunya continua liderant la indústria dels videojocs a l'Estat espanyol. Aquesta serà una tendència que es mantindrà amb força fins avui dia.



Gràfic 11: Facturació en milions de la indústria dels videojocs a nivell espanyol y a català. Dades extretes del Llibre Blanc de la Indústria de Videojocs Catalana (2018, 2019, 2020, 2021)

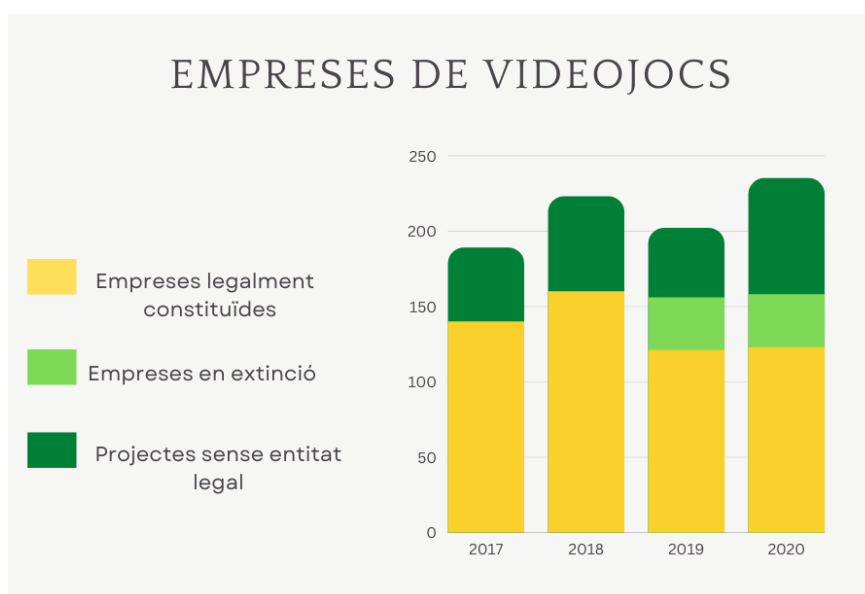
La facturació produïda per la indústria dels videojocs a Catalunya ha anat augmentant anualment, mantenint-se constantment com almenys la meitat de la facturació obtinguda per aquesta indústria en l'àmbit nacional, com es pot veure al Gràfic 4.

A més, a més, el Llibre Blanc del 2021, compta amb previsions positives del creixement continuat de la indústria catalana. L'estudi fa una estimació d'un creixement del 16,5% a la taxa de creixement anual composta (TCAC)¹⁰ d'aquí al 2024, on es preveu que la indústria catalana superarà els mil milions d'euros en facturació anual (DEV, 2021).



Gràfic 12: Gràfic extret del Llibre Blanc de la Indústria Catalana dels Videojocs, 2021.

Pel que fa a el nombre d'empreses, aquest ha anat variant al llarg dels anys. El mateix estudi anual també va canviar els criteris pel recompte total d'empreses i estudis a partir de l'any 2019. Tot i això, si ens fixem en les dades publicades als informes al llarg dels anys seleccionats (2018, 2019, 2020, 2021) podem veure que la quantitat d'empreses existents al territori català va disminuir el 2019, tot i que va remuntar al 2020.

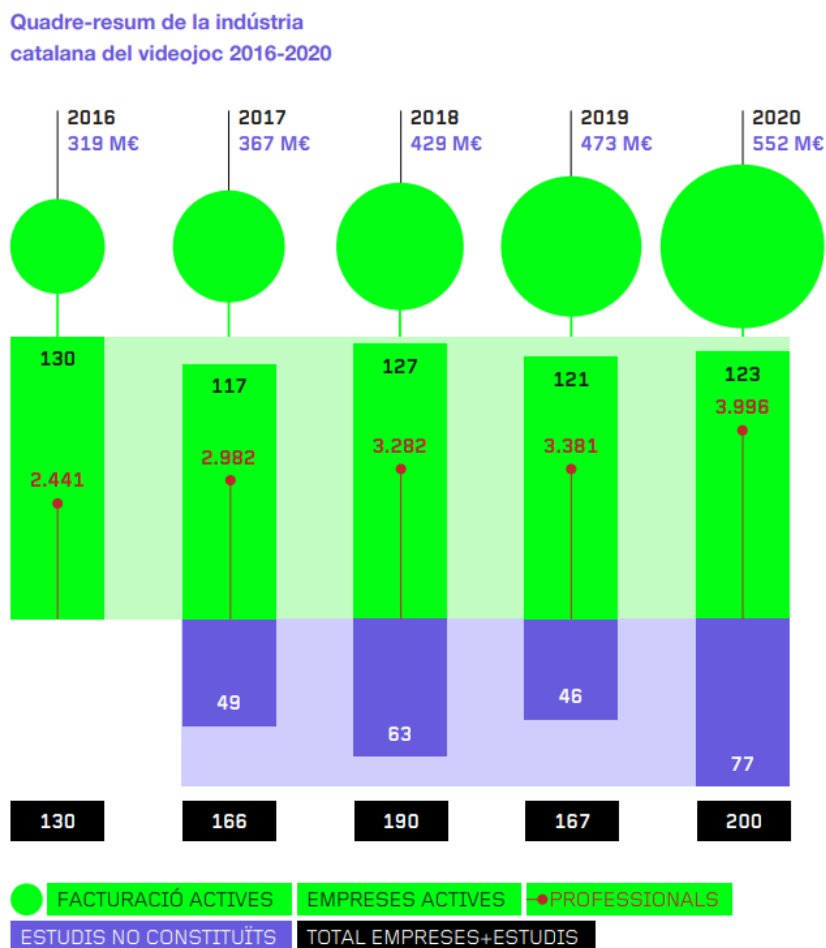


Gràfic 13: Dades extretes dels Llibres Blancs de la Indústria del Videojoc Catalana (2018, 2019, 2020, 2021).

10: La taxa de creixement anual composta (TCAC) és un càlcul de negocis que es fa servir per expressar el creixement d'un indicador (Facturació, creixement, inversions) dintre d'un període de temps delimitat.

A la publicació del 2021 del Llibre Blanc, podem trobar un gràfic sobre el nombre d'empreses al territori amb el recompte revisat, ja que es van afegir a les empreses actives, estudis encara no constituïts però amb activitat, a més de treure aquelles empreses en procés d'extinció.

Alhora, al parlar del nombre de treballadors dintre de la indústria catalana dels videojocs, seguint les dades del Llibre Blanc català, dintre del període de temps establert en aquest treball, podem veure com augmenta consistentment al llarg dels anys. Tot i això, cal destacar que el percentatge de treballadors al territori català respecte a la resta de l'Estat, augmenta del 2017 (47%) el 2018 on es situarà al 48%. També, cal destacar, que la força de treball pateix una baixada al 46% el 2019. Aquesta baixada es remunta al 2020, on el sector de videojocs català suposa el 49% de la força de treball a l'Estat espanyol.

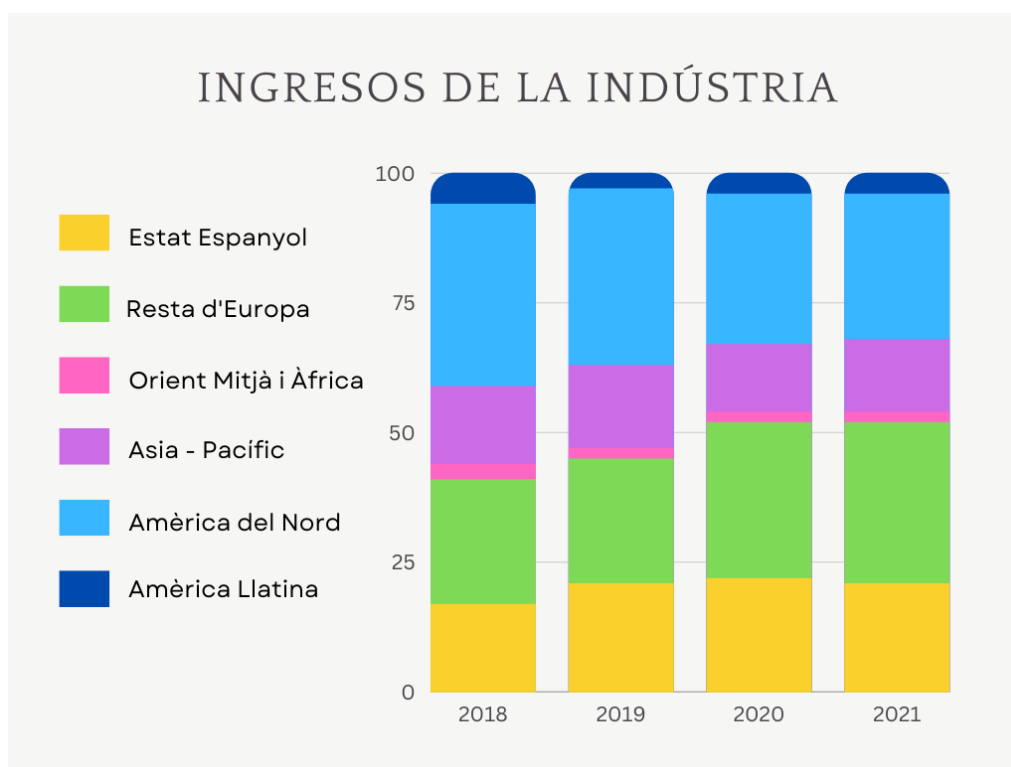


Gràfic 14: Infografia extreta del Llibre Blanc de la Indústria dels Videojocs Catalana, 2021.

A l'hora de fer-li una ullada al negoci internacional de la indústria catalana veiem com bastant més de la meitat dels ingressos del mercat provenen de negoci fora de l'estat. En altres

paraules, gran part de la facturació de la indústria catalana dels videojocs prové del mercat internacional. Això no és diferent dintre dels anys que aquest treball estudia, 2018-2021.

A l'informe publicat el 2018, el 83% de la facturació de la indústria provenia de negocis internacionals. Al llarg dels anys següents aquesta xifra es mantindrà també tranquil·lament per sobre de més de la meitat dels ingressos: 79% a la publicació del 2019, 78% el 2020 i 79% al 2021, segons les dades publicades els anys respectius al Llibre Blanc de la Indústria Catalana del Videojoc. La major part dels ingressos provinents de fora de l'Estat arriben de l'àmbit europeu i d'Amèrica del Nord dintre d'aquests quatre anys.



Gràfic 15: Percentatge d'ingressos de la indústria catalana de videojocs segons les dades del Llibre Blanc de la Indústria Catalana dels Videojocs dels anys 2018, 2019, 2020 i 2021.

En conclusió, la indústria catalana del videojoc ha evolucionat entre els anys 2018-2021 de manera constant i es preveu que aquest creixement continuarà de manera exponencial als anys següents. Per tant, avui en dia, la indústria catalana es troba en un moment de creixement i desenvolupament constant, tant com a força dintre de l'Estat espanyol com fora d'aquest.

3. La producció de videojocs a Catalunya als anys 2018-2021

La indústria dels videojocs catalana es troba dintre de la indústria del audiovisual a l'hora de ser examinada per part de diverses associacions i entitats governamentals. Això és important, ja que les dades que s'utilitzen en aquest treball parteixen d'aquest factor tant a l'hora de realitzar estudis i enquestes com a l'hora de tenir en compte les ajudes i finançament que ofereixen les diferents entitats governamentals.

“La indústria audiovisual és la producció de continguts per a mitjans de comunicació amb la finalitat d'entretenir, informar o educar” (Acció, 2023)

Avui en dia, el sector audiovisual català està patint grans canvis i transformacions a causa de la ràpida evolució de la tecnologia i el que això suposa per la creació de continguts, l'audiència i les finestres d'emissió (Acció, 2023). Aquest fet és crucial per parlar de l'evolució de la indústria de videojocs catalana, ja que demostra una oportunitat per que les empreses de videojocs creixin. Actualment, les principals empreses dintre del sector audiovisual – a banda de les productores audiovisuals i els serveis a la producció – són les empreses de videojocs i, a més, a més els videojocs destaquen com a ecosistema ric, número 1 a Espanya, de pimes *indies* petites, poques empreses locals grans i multinacionals estrangeres (Acció, 2023).



Nota: s'han considerat totes les empreses actives el 2022 que compleixen amb els següents criteris; empresa activa, dades disponibles de, com a mínim, els últims 5 anys i domicili social o activitat rellevant a Catalunya

Font: ACCIÓ

Fem avui l'empresa del demà

Gràfic 16: Dades de la indústria audiovisual a Catalunya, extretes de la publicació de "El sector audiovisual a Catalunya" d'Acció, 2023.

Al Gràfic 16, es pot veure com els videojocs es troben dintre de l'entreteniment audiovisual, el sector amb la facturació agregada més gran de l'any 2022, tot i només tenir el 37% de les empreses. Per tant, els videojocs formen una gran part de la facturació de la indústria audiovisual avui en dia.

El 2021, el Llibre Blanc de la Indústria Catalana del Videojoc (DEV & ICEC, 2021) explica com el videojoc català ha continuat creixent respecte als anys anteriors, es tracta d'una indústria en constant creixement, any rere any. Aquest creixement suposa tant un augment en la facturació, com en el nombre d'empreses i professionals que treballen dintre de la indústria.

Aquests últims anys, en especial del 2018 al 2021, a Catalunya s'ha anat creant una situació dintre de la indústria dels videojocs per situar-la com a un punt clau i interessant a nivell internacional. El Dr. Oscar García¹¹ explica que la situació a Catalunya és excel·lent perquè aquesta té la meitat del volum de negoci total de tota Espanya, cosa que les dades recolzen. Segons el Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (DEV, 2021) Catalunya suposa el 50% de la facturació del territori espanyol. Catalunya no solament es rellevant pel seu percentatge de facturació dintre d'Espanya, sinó també pel fet que com explica García: *“Totes les majors estan venint. Cada 3 o 4 mesos t'assabentes d'una companyia nova de les grans que venen i, això, dinamitza molt”*.

La ciutat que es troba al centre de tot aquest creixement és Barcelona, que compta amb el 90% de les empreses del territori català, entre les quals podem trobar grans empreses internacionals com ZeptoLab, Digital Legends que va ser comprada per Activision Blizzard, Ubisoft, Riot Games, Scopely, Smile Gate, GameLoft segons la Base de Datos del Videojuego Español. Per tant, Catalunya s'està establint com a un destí líder per a les indústries creatives i, en especial, les empreses de videojocs (Acció, 2023).

En conclusió, la indústria de videojoc catalana ha crescut al llarg d'aquests anys i s'ha anat convertint en el *hub* d'activitat tant per a creacions d'empreses petites com mitjanes i *majors*¹² internacionals.

11: El Dr. Oscar Garcia és una de les persones entrevistades per la investigació d'aquest treball. La seva entrevista sencera es troba als annexos del estudi. Als annexos es troben també totes les altres entrevistes que es mencionen al llarg del treball.

12: El terme *majors* és un anglicisme que fa referència a grans empreses internacionals, en aquest cas, que formen part de la indústria dels videojocs.

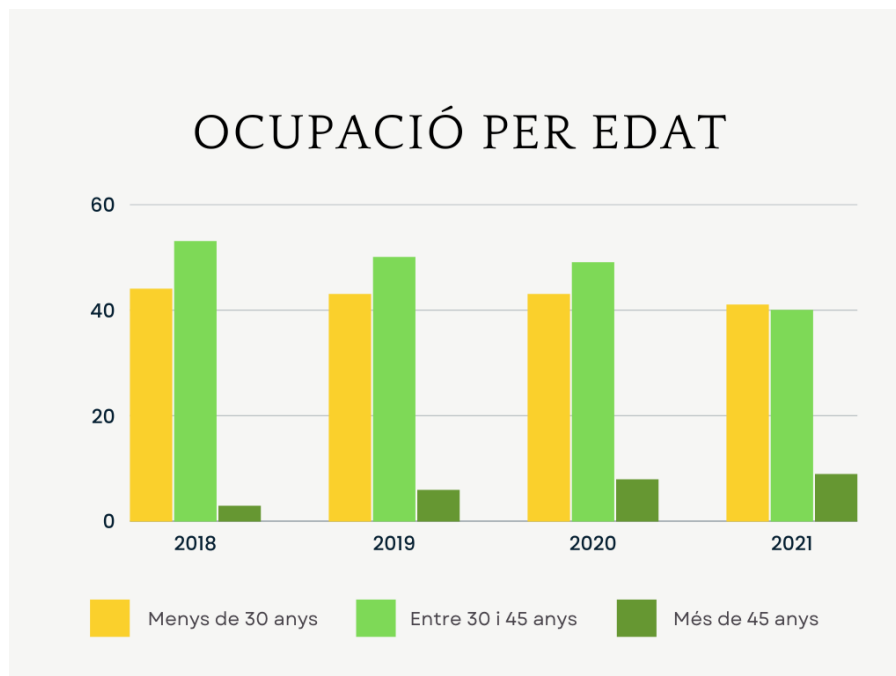
3.1. Les empreses i els treballadors

Aquest punt examinarà més profundament alguns dels punts establerts i esmentats en l'apartat anterior, especialment aquells relacionats amb les empreses de videojocs i els treballadors que formen part d'aquestes.

3.1.1. Força de treball

La força de treball és un factor molt important per entendre quin és l'aspecte laboral de la indústria dels videojocs catalana, i quin és el perfil de persona que hi treballa en ella. La indústria dels videojocs és un sector de l'audiovisual i multimèdia que es troba actualment en creixement i evolució, guanyant any rere any més força dintre del mercat.

Els treballadors de la indústria catalana formen part d'un col·lectiu jove, com podem veure al Gràfic 17. El 2018, un 44% dels treballadors dintre de la indústria tenien menys de 30 anys, un 53% tenien entre 30 i 45 mentre que els treballadors de més de 45 anys només formaven un 3% de la indústria. Als anys següents, aquestes dades s'han mantingut bastant estables, i podem trobar que al Llibre Blanc del 2021, el nombre de persones amb menys de 30 anys dintre de la indústria supera als dos altres col·lectius.



Gràfic 17: Ocupació per edat dintre de la indústria catalana de videojocs, dades extretes del Llibre Blanc de la Indústria Catalana del Videojoc (DEV & ICEC, 2018, 2019, 2020 i 2021).

Per tant, es pot veure com es tracta d'una força de treball jove i que genera ocupació per la gent jove. Tot i que, també es vol destacar que el percentatge de persones de més de 45 anys dintre de la indústria també ha augmentat, tot i que el 2021 encara es tracta d'una minoria molt petita dintre del sector.

Per una banda, també és una força de treball amb professionals formats en l'ensenyament superior (DEV & ICEC, 2021). Més del 70% dels treballadors als anys 2018-2021, comptaven amb estudis superiors – per estudis superiors s'entenen les llicenciatures, els graus, màsters i postgraus -, mentre que més d'un 20% comptaven amb estudis mitjans – entre aquests comptem les diplomatures, de formació professional superior – i la petita minoria restant són treballadors sense formació reglada.

Per una altra banda, també es tracta d'una força de treball que no sol comptar amb més de 10 anys d'experiència dintre del sector, cosa que es pot atribuir a la joventut dels treballadors que formen aquesta indústria (DEV & ICEC, 2018, 2019, 2020, 2021). Tot i així, Catalunya, i en concret, Barcelona està esdevenint un centre molt important i interessant per la indústria del videojoc. Més de 2.000 *startups* es troben a Catalunya a dia d'avui i Barcelona és el segon *hub* preferit de la Unió Europea per crear-hi una *startup* (Startup Heatmap Europe, 2022 citat per Acció, 2023).

Tot així, Carla Sevillano, membre de l'equip de Piccolo Studio establert a Barcelona explica que: *“Hi ha una mica de desconeixement sobre empremadoria. També crec que és veritat que hi ha molta gent que s'hi llença i no sap el que implica. Crec que falta una mica d'assessorament per aquesta part i realment, crec que la part d'start ups com seria la de GameBCN que són innovadores i tot això són bastant bones oportunitats perquè tens algú que t'està orientant i crec que això, que s'hauria de fer una mica més d'incís en aquestes incubadores que emprendre per tu mateix perquè la final surts amb l'experiència de la universitat i falten recursos per crear la teva pròpia empresa evidentment perquè no tens experiència.”*. A més, a més, Sevillano també explica que l'experiència que demanen algunes *startups* és molt alt, problema que també es pot trobar en les ofertes de treball per a un estudiant que acaba de finalitzar els estudis.

Segons el Dr. Oscar García, el món de treball de la indústria del videojoc catalana compta amb molta demanda però això també comporta una gran exigència. Avui en dia, s'estan començant a crear uns programes d'acceleració, on les empreses envien mentors i mentores a les universitats per formar als estudiants i envien a equips d'estudiants a empreses a treballar. Podem trobar un cas d'aquests programes acceleradors amb la col·laboració que fa

ENTI-UB amb Ubisoft (García, 2023). García també explica el canvi que s'ha produït aquests anys amb les empreses agafant becaris per treballar al finalitzar els estudis:

“Hi ha una cosa que abans no passava. Abans havíem d'anar darrere, havíem d'anar a picar a la porta de l'empresa per que els hi agafin becaris de la universitat perquè no estaven acostumats. Estan acostumats a contractar talent perquè tenen bons pressupostos poden pagar bé. Poc a poc ho van anar fent, ara ja et truquen, t'envien un correu. Que tu tinguis a les empreses dient-te que necessiten gent que per favor envia alumnes, és una passada.”

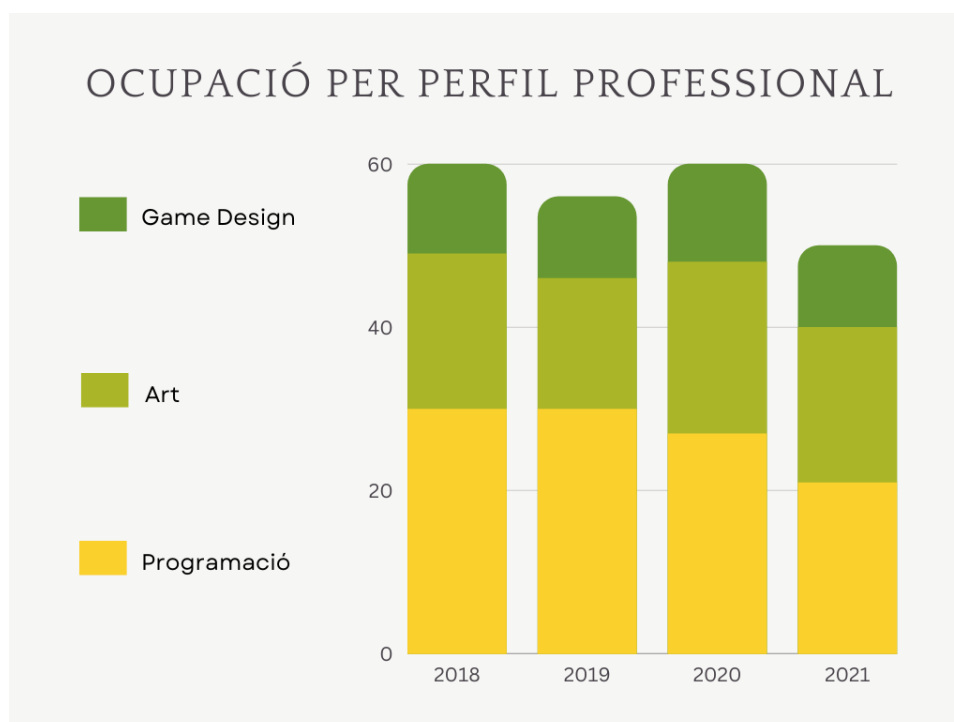
En altres paraules, Catalunya compta amb una força de treball jove i ben qualificada que es troba amb un mercat de treball on hi ha demanda, però amb altes exigències. Tot i així, les empreses al territori català estan creant programes per integrar nous treballadors que acaben de sortir dels seus estudis dintre de la indústria. Carla Sevillano, dissenyadora de nivells amb perfil junior de Piccolo Studio explica com segons la seva experiència i la de companys seus de la universitat a l'hora d'integrar-se al món laboral:

“N'hi ha varies universitats de videojocs a Barcelona i es gradua molta gent, però no hi ha tants llocs de treball. Hi ha moltes empreses però són molt petites i demanen a gent amb molta experiència. Són empreses índies però són gent que porta anys current a la indústria i de cop volen fer els seus projectes i clar, no agafen juniors, perquè són pocs no tenen tants recursos, no són un Ubisoft. Llavors si haig de contractar a una persona doncs no agafaré a un junior.”

Adicionalment, en Dani Sintas, CEO de Garage 51, planteja que l'experiència de trobar treballadors és diferent per una empresa petita o mitjana que per una empresa gran, una *major*. Sintas explica que les empreses petites no poden competir amb les condicions de treball que ofereixen les empreses més grans i posa com a exemple a Bandai on treballen només 4 dies a la setmana. Encara que en el cas de Garage 51, ells mateixos s'encarreguen de formar als seus treballadors per convertir-los en *sèniors*, però tot i així afegeix que: *“Llavors no ens afecta tant, però clar, quan comences a buscar gent, encara que sigui jove, clar que si són molt bons i els ofereixen algo – m'ho invento- a Ubisoft Barcelona o a Garage51 no hi ha color.”*

Del 2018 al 2021, el perfil de treballador amb més presència i demanda dintre de la indústria eren els programadors. El 2018 formaven el 30% de l'ocupació de la indústria, mentre que l'art el 19% i el *game design* l'11% - aquests eren i continuen sent els tres perfils de treballadors més rellevants dintre de la indústria i amb un percentatge més alt de presència. Encara que

el 2021, podem veure com la presència de programadors baixa al 21%, i com la demanda per artistes, i altres sectors dintre de la indústria ha augmentat.



Gràfic 18: Distribució de treballadors segons el seu perfil professional, dades extretes del Llibre Blanc de la Indústria Catalana del Videojoc, 2018, 2019, 2020, 2021.

En Xavi Jorbes, director tècnic de Lince Works, remarca a la seva entrevista, el següent: “*El problema és que programador t’ha d’agradar. Programació, no dic que no tothom sàpiga programar, però, t’ha d’agradar. És possiblement el departament més frustrant, que això no vol dir que sigui dolent. Jo quan més disfruto es quan hi ha un problema i nos saps que fer. Ha de ser el teu perfil.*”

Tot i això, també hi ha altres perfils dintre de la indústria que no solen ser debatuts tan sovint, i que, a poc a poc van guanyant presència dintre del món dels videojocs. Un d’aquests perfils podria ser el de màrqueting i comunicació, el 2021 a Catalunya el perfil de màrqueting i distribució suposava només un 4% dels treballadors dels estudis (DEV & ICEC, 2021). A Lince Works, Georgina Campoy, treballava a aquest departament, i ha tingut experiències tant a empreses més grans com ara a una més petita. A la seva entrevista explica: “*En estudis molt grans o publishers grans, evidentment, és un departament que existeix, en estudis petits no es un departament que normalment es trobi. Es contracten serveis externs, demanda temporal per quan llances un lloc, quan hi ha un event especial del joc, però no tenen un departament dedicat explícitament. Llavors és complicat, perquè moltes empreses son d’altres països i evidentment has de ser nadiu angles i això ja et dona*

una mica d'embut i es difícil. Crec que és de les feines amb menys percentatge d'empleabilitat dintre de tots els departaments de la indústria. Així que clar, la competència es bastant. Hi pots entrar, hi ha la opció però es del més complicat.”

El perfil de treballador també canvia segons el tipus d'empresa, és a dir, si es tracta d'una empresa gran o d'una més petita o mitjana. Alguns dels treballadors de la indústria entrevistats que treballen per a estudis catalans petits comenten que a l'hora de treballar a una empresa més petita el perfil que es busca és potser més generalista, que tingui capacitat per dur a terme diverses tasques, mentre que en una empresa gran, el que es busca és un perfil més especialitzat. En l'escena catalana es pot observar un conflicte que neix arran dels diferents tipus d'empreses que existeixen i la força de treball. És a dir, que hi ha una força de treball jove i amb estudis però, les ofertes de treball que existeixen demanen un perfil de treballador amb experiència i sènior que és més difícil de trobar, creant un conflicte entre la força de treball i el que busquen les empreses.

En conclusió, la indústria catalana de videojocs ocupa a gent jove, ben formada i és, actualment, un ambient que fomenta la creació de nous espais de treball per a gent jove que acaba de finalitzar els seus estudis.

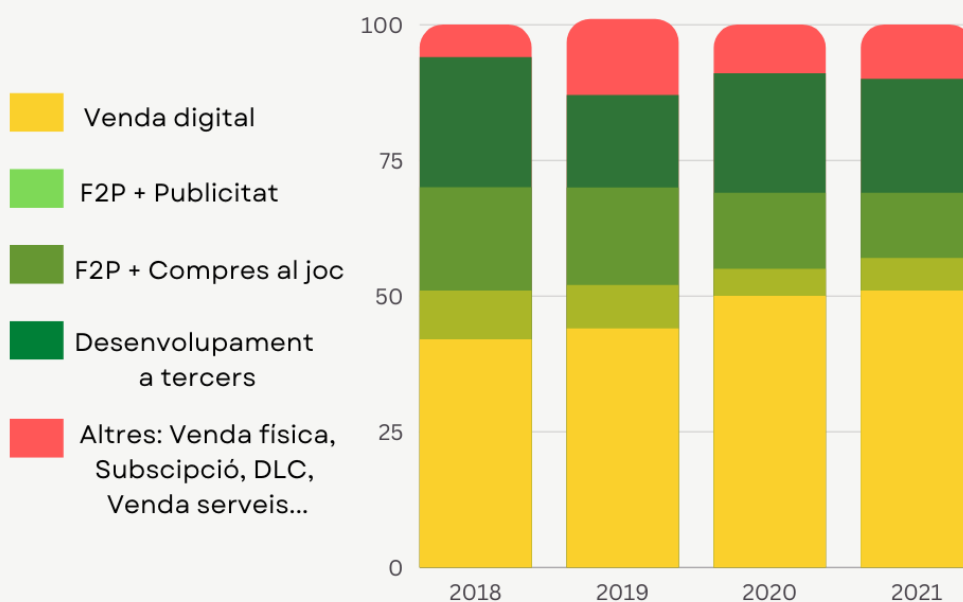
3.1.2. Models de negoci

A continuació, el treball es vol centrar en quins models de negoci són els més rellevants i populars a la indústria catalana actualment. A causa de la pròpia naturalesa tecnològica i multimèdia dels videojocs, les opcions de negoci a les que obren pas són molt variades, i es recolzen en activitats digitals.

El 2021, els formats digitals suposen la principal font d'ingressos del videojoc català (DEV & ICEC, 2021), amb un 51% de la facturació només a vendes digitals. Encara més, si a aquestes vendes digitals els hi afegim els continguts F2P (Free to Play)¹³ amb publicitat i compres dintre del joc, i altres ingressos digitals acabem amb el 72% dels ingressos de la indústria. El sector digital com a model de negoci dintre del videojoc català ja partia d'una gran força el 2018 com podem veure al Gràfic 19, llavors ja comptava amb el 42% de la facturació. Tot i així, com trobem al Llibre Blanc de la Indústria Catalana del 2020, no va ser fins llavors que es va acabar de consolidar totalment abastant fins a la meitat d'aquest percentatge d'ingressos.

13: El terme F2P o Free To Play fa referència a aquells videojocs que es poden descarregar de manera gratuïta però que després inclouen compres dintre del propi joc, per tant, són jocs gratuïts a l'hora de poder jugar-los però si que compten amb compres addicionals u opcionals, poden ser per diverses plataformes com per exemple mòbil o PC.

DISTRIBUCIÓ DE LA FACTURACIÓ SEGONS EL MODEL DE NEGOCI



Gràfic 19: Percentatge de distribució de la facturació segons el model de negoci de les empreses catalanes de videojocs segons les dades de l'any de publicació dels informes. Dades extretes del Llibre Blanc de la Indústria Catalana del Videojoc (DEV & ICEC, 2018, 2019, 2020 i 2021).

Aquesta consolidació dels models digitals de negoci es va produir un cop la pandèmia de la Covid-19 va arribar i afectar a la producció. El Dr. Oscar García comenta el següent respecte a com la pandèmia va afectar la indústria catalana del videojoc: *“Jo crec que no només no va afectar en negatiu sinó que va afectar en positiu perquè clar va haver-hi un creixement brutal de l'oci interactiu. La gent es quedava a casa, es gastava més en videojocs i això t'ho diuen totes, que els números els hi van millorar.”*

Per tant, per una banda, podem arribar a veure com aquesta consolidació del sector digital a la indústria del videojoc no només està relacionada amb la pròpia naturalesa tecnològica del videojoc sinó que també va ser fomentada per l'arribada de la Covid-19. Per una altra banda, el director de Garage 15, Dani Sintas, explica que per a ells la pandèmia va suposar una dificultat en el seu treball com a creadors i el seu nivell de producció:

“Va ser un desastre, o sigui, nosaltres som un estudi – imagino que cada empresa deu tenir les seves manies – molt de treballar junts i sempre tot ho fem nosaltres i a casa es descansa, aquesta es la filosofia que tenim. Què va passar? Doncs que amb la Covid hi havia una primera part que era obligatòria que tothom

estigués a casa i durant aquest període de temps la producció va caure en picat. No va caure perquè la gent no treballés, va caure perquè tot el que es feia s'havia de repetir perquè no tenia els estàndards que normalment tenia. O el procés de revisió de tota la feina que es feia era molt més feixuc. Aquest període va ser criminal.”

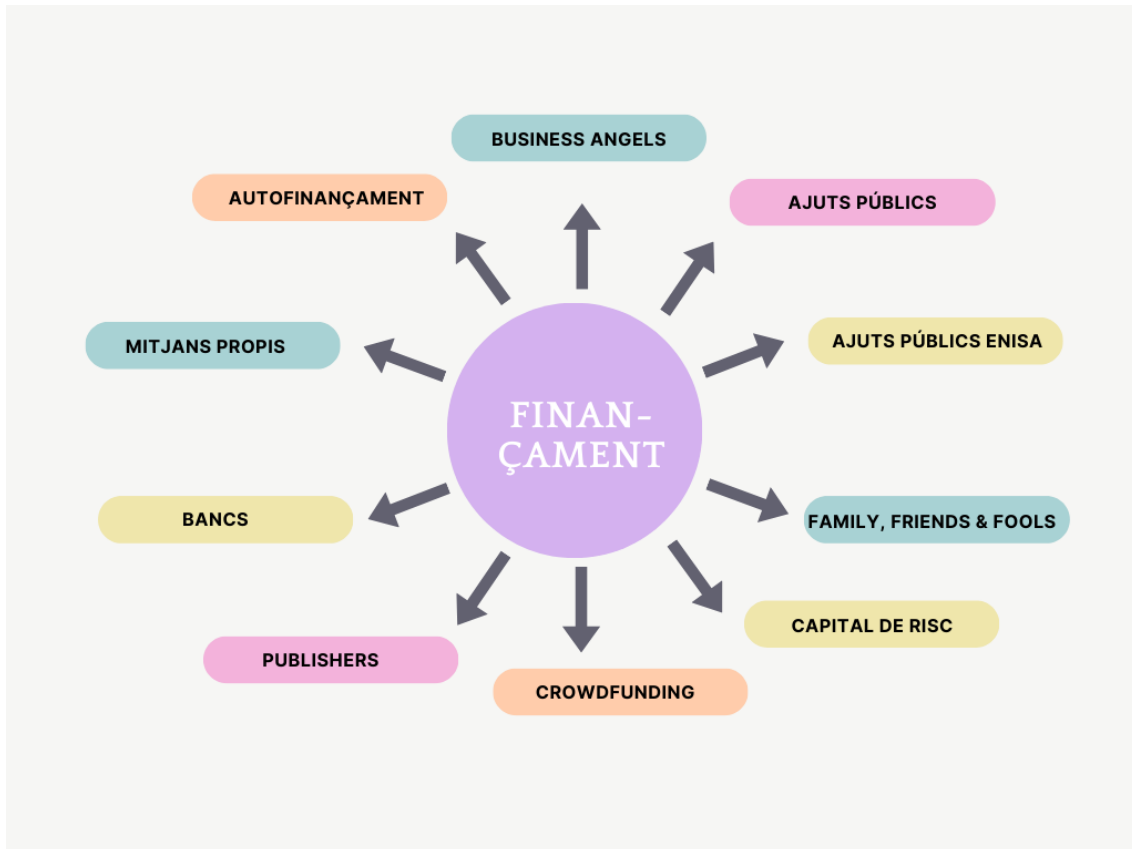
Per tant, el 2021, la indústria es trobava en un moment on les vendes físiques es van convertir en una xifra d'ingrés residual, ja que la seva principal font d'ingressos es trobava en el món online. Un altre model de negoci a destacar són els desenvolupaments a tercers, perquè deixant de banda les diferents modalitats digitals com la venda digital, els jocs F2P amb publicitat i compres dintre del joc, suposen el 21% de la facturació del videojoc.

En conclusió, el principal model de negoci que podem trobar al territori català dintre de la indústria dels videojocs és el de vendes digitals, seguit properament per altres negocis duts a termes a plataformes digitals i online com els videojocs F2P amb publicitat i compres dintre del joc, i el desenvolupament a tercers. Avui en dia, els ingressos aportats per les vendes físiques s'han convertit en molt petits, estant només al 5% del total a l'article del Llibre Blanc de la Indústria Catalana del Videojoc del 2021.

3.2. Finançament, propietat intel·lectual i el govern

3.2.1. Finançament i ajudes

Una de les altres qüestions més importants a l'hora de crear un videojoc o començar un estudi de videojocs és el finançament. A Catalunya, avui en dia, existeixen diverses opcions per finançar diferents projectes tant pel sector públic com pel sector privat.



Gràfic 20: Tipus de finançament trobats dintre de la indústria dels videojocs. Font: Llibre Blanc de la Indústria Catalana del Videojoc, 2021.

Primer de tot, destacar que al llarg dels anys 2018 fins al 2021, a Catalunya el mètode de finançament més comú dintre de la indústria era l'autofinançament o l'ús de mitjans propis. El 2021, trobàvem que l'autofinançament i els mitjans propis eren les dues principals eines de finançament amb gran diferència, 74% i 70% respectivament, tot i que la xifra havia disminuït respecte als anys anteriors, (DEV & ICEC, 2021).

A continuació, el sector públic també té un paper dintre del finançament del sector dels videojocs. A Catalunya, les subvencions i préstecs que es poden trobar venen de la mà de la Generalitat de Catalunya i de l'Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC). El préstec més destacat són les “Aportacions reintegrables a projectes de l'àmbit dels videojocs” que són ajuts econòmics en forma de co-finançament que permeten a l'empresa disposar de finançament

a priori per a un projecte cultural (DEV & ICEC, 2018). En altres paraules, són préstecs del ICEC que s'han de retornar dintre d'un període de temps i amb certes condicions. Per exemple, Garage51 va fer-ne ús d'aquesta ajuda com explica Sintas a la seva entrevista, i la destacarà com la principal ajuda que han tingut, per part del sector públic. De l'ICEC, per una banda, podem trobar “*Subvencions a projectes d'internacionalització d'empreses de videojocs*”, “*Préstecs participatius per a empreses digitals*”, “*Subvencions per a la realització de consultories per a empreses o entitats culturals*” i, per una altra banda, podem trobar subvencions i ajudes enfocades a fomentar la indústria i escena dels videojocs a Catalunya més que no a estudis directament com “*Subvencions a l'organització a Catalunya d'esdeveniments de contingut cultura digital*” i “*Subvencions a l'organització de premis i concursos que contribueixin al desenvolupament de públics per a la cultura*”.

Com es pot veure en el paràgraf anterior, existeixen un cert nombre d'ajudes públiques de les quals el sector de videojocs en pot fer ús, però molt poques d'aquestes estan especialment creades per el sector dels videojocs, sinó que parteixen d'un enfocament més ampli a la cultura en general. Tot i així, aquestes obren les seves portes per ajudar també a la indústria dels videojocs. Encara i així, estudis i persones dintre de la indústria dels videojocs que s'han entrevistat per aquest treball, com ara Lince Works, recalquen en que no hi ha suficients ajudes pel videojoc, falten diners i els pressupostos que es necessiten per crear videojocs són molt grans.

En l'àmbit estatal, per una banda, podem trobar ENISA, una empresa pública que segons la seva pàgina web, a la secció sobre la seva organització: “*Prestamos apoyo financiero a pequeñas y medianas empresas que [...] quieren impulsar sus proyectos de emprendimiento innovador*” i depenen de la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa, dintre del Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme. Com podem veure al Gràfic 20 és una de les opcions de finançament dintre de la indústria dels videojocs i el 2020 eren un 12% de les fonts finançament del videojoc català (DEV & ICEC, 2021:37).

Al Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (DEV, 2021:54) els estudis van situar a Catalunya com a la Comunitat Autònoma que més suport dona als estudis espanyols amb un 63% dels vots. Per una altra banda, a nivell estatal podem trobar també opcions com ara deduccions per activitats d'investigació i desenvolupament i innovació tecnològica, programes nacionals d'investigació, desenvolupament i innovació (I+D+i), Innovació indústries culturals (MECD) i Aval CREA SGR.

En l'àmbit europeu, tenim plataformes com MEDIA i el Programa Horizon¹⁴ que tot i no ser exclusivament orientades a videojocs, també es poden obtenir ajudes i subvencions a través d'aquestes.

A banda d'això, també existeix la possibilitat d'autofinçar-se i fer ús dels mitjans propis per tal de crear el projecte de videojoc o l'estudi. Si no també, està l'opció de “*Friends, Family And Fools*” que és una iniciativa basada al voltant d'aconseguir ajuda de persones properes al teu cercle i gent que vulgui invertir al teu projecte. Aquests últims anys, la proposta del *Crowdfunding* ha anat augmentat la seva popularitat anant d'un 5% a la publicació del Llibre Blanc de la Indústria Catalana del Videojoc fet per DEV el 2019 al 12% a aquest mateix informe del 2021. En altres paraules, cada cop es tracta d'una eina de la qual es fa més ús a plataformes com ara Kickstarter.

Finalment, el sector privat aporta les opcions de demanar un préstec al banc o de rebre ajuda de *publishers*¹⁵, que sembla ser una proposta que està augmentant en popularitat, ja que entre els anys 2018-2021 han anat disminuint el nombre d'estudis que han rebut ajudes públiques (DEV & ICEC, 2021:18). En el cas dels *publishers*, el Dr. García explica que aquest capital privat prové de gent que inverteix en videojocs i que la pots trobar als esdeveniments de videojocs com Game Connection a França, l'E3 o GamesCon a Colonia. Al territori català, abans també es podien trobar a celebracions com GameLab, tot i que ja fa unes edicions que no es realitza.

A més, a més, Pere Rius, COO de Lince Works, explica que actualment, molt del capital que arriba a la indústria catalana dels videojocs prové de fora: “*Per mi hi ha una cosa que falta molt, i és aquí no hi ha gent que inverteixi en videojocs. No hi ha inversors, no hi ha publishers, no hi ha una cultura de anem a fer un negoci invertint o comercialitzant videojocs. Tots els diners que venen, venen de fora.*”

També, cal dir, que no tots els *publishers* actuen com a inversors que donen diners a l'estudi per tal de finançar el videojoc. Alguns *publishers* simplement la feina que duen a terme és la de promocionar el videojoc. Pere Rius per la seva banda, explica el següent:

14: Enllaços a les pàgines del [Programa Horizon](#) i el [programa MEDIA](#).

15: Els *publishers* són inversors privats o empreses d'inversió privades que aporten diners per la creació de videojocs o, ara bé, per a la seva publicació o també poden ajudar a publicitar el videojocs en compte de finançar la creació.

“Hi ha molt pocs publishers comparats amb els estudis o els jocs que s’estan intentant comercialitzar. A lo millor un Publisher que comercialitza 5 o 10 jocs cada any rep 500 o 1000 projectes per vendre no? Clar que passa, hi ha publishers a més a més, que no financen jocs, només s’encarreguen de llavors tu has fet un joc que m’encanta, jo el venc i tu fas una part de la feina i jo l’altre.”

Per tant, a l’hora de tractar amb *publishers* s’han de tenir en compte molts factors, i ser conscients que és una indústria on crear un joc és molt fàcil però, arribar a desenvolupar-lo a nivell comercial acaba sent molt difícil de finançar. A més, a més, Pere Rius explica que els *publishers* també tenen molt en compte de si es tracta d’un estudi que ha publicat un joc prèviament o no, ja que el fet de tractar amb un estudi que ha acabat un videojoc és una inversió més segura.

Per exemple, per veure com es financen alguns estudis, podem veure el cas de Garage51 com a empresa que ha nascut dintre del període de temps a estudiar i que només ha fet ús d’una ajuda pública – les Aportacions reintegrables a projectes a l’àmbit de videojocs – i que segons declara Sintas tenen una filosofia més liberal per la seva empresa i el seu finançament. Un altre cas, és el de Lince Works que es financiaven tant per subvencions públiques com per un inversor privat. En el cas de Nomada Studio tal com explica un dels co-fundadors, Adrián Cuevas, podem veure com amb el finançament de Devolver, un *publisher* ja n’han tingut prou per dur endavant el seu projecte.

3.2.2. Legislació de la propietat intel·lectual

A l’hora de crear un videojoc, com amb la creació de qualsevol altre producte creatiu, cal tenir en compte la legislació de propietat intel·lectual i els drets d’autor, però a diferència d’altres indústries culturals el videojoc es troba en una posició molt més complicada.

A Espanya, avui en dia, no existeix una normativa específica que protegeixi la creació d’un videojoc, la qual cosa suposa que la registració i legislació al voltant d’aquest producte creatiu sigui més complex que no d’altres (Caballero, 2021:95). Al article 10, del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia, no es cita els videojocs com a objecte de propietat intel·lectual¹⁶, però sí podem trobar les obres audiovisuals i els programes d’ordinador.

16: El BOE, Boletín Oficial del Estado, és le mitjà a través del qual es publiquen les lleis a nivell espanyol. La llei relacionada amb la propietat intel·lectual es pot visitar amb [en aquesta pàgina](#).

Això fa que, a l'hora de parlar sobre la legislació de la propietat intel·lectual d'un videojoc, no es pugui fer com un tot, sinó que s'ha de fer tractant el videojoc com una combinació de dues peces, un programa d'ordinador (*software*) i una obra audiovisual, a més, cal tenir en compte que un videojoc sol ser una creació feta per un col·lectiu, fet que també és important a l'hora de tractar com funciona la propietat intel·lectual d'aquest.

Primerament, segons l'article 96 del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 abril, s'entén com a programa d'ordinador *“toda secuencia de instrucciones o indicaciones destinadas a ser utilizadas, directa o indirectamente, en un sistema informático para realizar una función o una tarea o para obtener un resultado determinado, cualquiera que fuere su forma de expresión y fijación.”*, dintre d'aquesta definició és on cau el software, i la programació dels videojocs. A l'hora de parlar dels drets d'autor, l'article 96 del Real Decreto Legislativo 1/1996 considera com a autor la persona o grup que l'hagi creat, en el cas de ser una col·laboració entre diversos autors serà de propietat comuna o en el cas de ser treballadors pot ser que aquesta autoria recaigui sobre l'empresari pel qual treballin.

En segon lloc, la part gràfica d'un videojoc és considerada una obra audiovisual. L'article 86.1 del Real Decreto Legislativo 1/1996 de la Ley de la Propiedad Intelectual defineix les obres audiovisuals com: *“creaciones expresadas mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, que estén destinadas esencialmente a ser mostradas a través de aparatos de proyección o por cualquier otro medio de comunicación pública de la imagen y del sonido, con independencia de la naturaleza de los soportes materiales de dichas obras.”*. A l'hora de parlar de l'autoria l'article 87 considera com a autors: el director-realitzador, els autors de l'argument, l'adaptació i els del guió i els diàlegs i, finalment, els autors de les composicions musicals, amb lletra o sense, creades especialment per aquesta obra. Tot i així, Caballero (2021) explica al seu article que en la pràctica, aquesta part gràfica es considera una obra col·laborativa i els drets pertanyen a tothom que ha intervingut en la seva creació, el que implica que qualsevol modificació, transformació, difusió, etc. Es necessari el consentiment de tots els co-autors. Una instància d'aquest succés els hi va succeir al principi de la seva carrera a Lince Works, tal com explica en Pere Rius: *“[...] al gener del 14 comencem d'alguna manera a transformar tot el que era el projecte de final de màster que era un motor propi, que a més a més no podien utilitzar perquè els artistes tenien dret de propietat intel·lectual d'allò van preferir començar de 0.”*

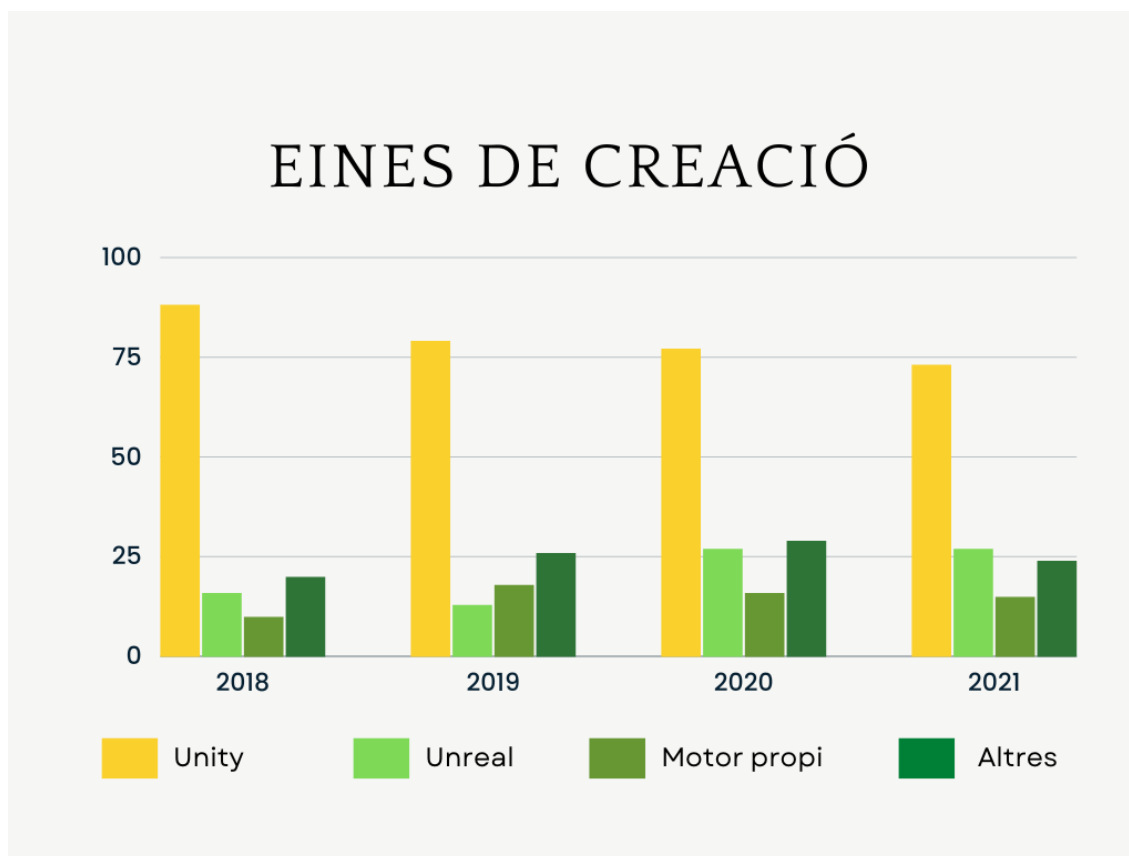
Per tant, d'aquesta manera podem veure com la legislació de propietat intel·lectual que existeix actualment a Espanya fa que la creació d'un videojoc sigui un procés més complex

que no per exemple a l'hora de crear un llibre, una pel·lícula o sèrie de televisió. Les lleis de propietat intel·lectual encara han d'acabar de posar-se al dia amb els ràpids canvis de la tecnologia i el que aquesta ens permet fer, per tal d'acomodar aquests avenços.

3.3. Eines i Plataformes

A l'hora de crear un videojoc i distribuir-lo hi ha molts passos que s'han de dur a terme i que es necessiten per acabar el projecte i poder realitzar-lo.

Per una banda, si comencem parlant de les eines de creació – és a dir, els motors que s'utilitzen per fer funcionar els videojocs – hi ha diverses opcions que podem trobar com: la creació d'un motor propi, Unity, Unreal i d'altres com Game Maker i Cocos2D. Segons el Llibre Blanc de la Indústria Catalana del Videojoc i les dades que han recopilat al llarg del període del 2018-2021, podem veure que hi ha un clar motor pel qual les empreses catalanes tenen preferència: Unity.

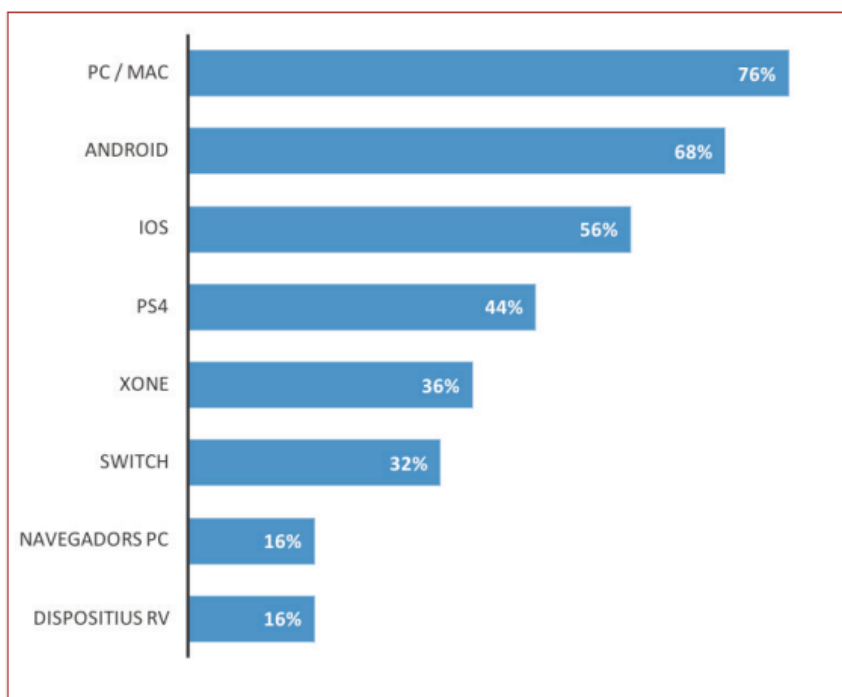


Gràfic 21: Eines de creació (percentatge d'empreses) utilitzades en la creació de videojocs, segons les dades extretes del Llibre Blanc de la Indústria Catalana de Videojocs, 2018, 2019, 2020 i 2021.

Al Gràfic 21, es pot veure com, tot i que Unity és el principal motor utilitzat i s'ha mantingut al número 1 al llarg d'aquests 4 anys; l'ús de motors com Unreal, motors de creació pròpia i d'altres ha anat augmentant.

Unity és un motor gràfic que permet el desenvolupament de videojocs a diferents plataformes a través de la seva aplicació, i que fa ús del llenguatge de programació C# per l'execució de comandes. Actualment, té un nivell d'accés gratuït, però també té una opció de pagament per tenir accés a eines professionals¹⁷. Fins i tot, es pot obtenir el programa personal de manera gratuïta si s'ha facturat menys de 100.000 dòlars en els últims 12 mesos. És a dir, es tracta d'un *software* accessible per a una gran quantitat de gent, que no cobra *royalties* pels projectes creats amb aquest, i ofereix una gran capacitat de dur a terme projectes multimèdia i de molts tipus diferents.

Per una altra banda, les plataformes que es troben a hores d'ara al mercat i que serveixen com a distribuïdores de videojocs són molt variades i amb diferents punts d'entrada. En aquest apartat podem observar grans canvis al llarg del 2018 fins al 2021 amb l'ajuda dels següents gràfics.



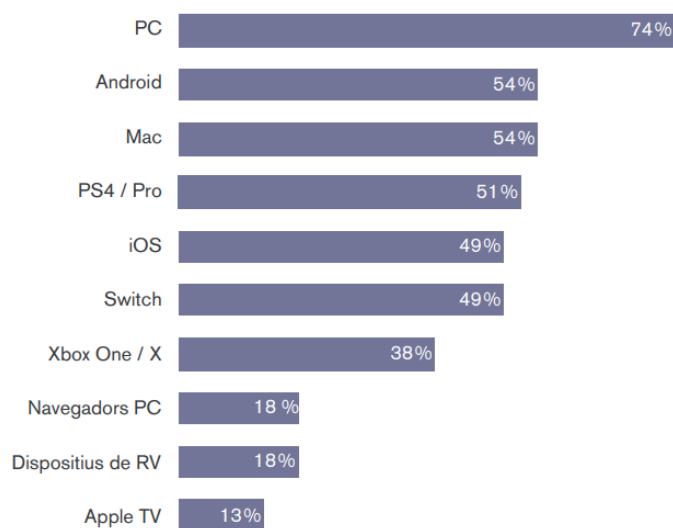
Plataformes utilitzades (% d'empreses).
Font: Elaboració pròpia. Enquesta DEV 2018.

Gràfic 22: Plataformes utilitzades (percentatge per empreses) dintre de la indústria catalana del videojoc. Gràfic extret del Llibre Blanc de la Indústria Catalana del Videojoc 2018.

17: En la pàgina de Unity es poden trobar totes les opcions pagades o no per tenir accés al programa. Enllaç: <https://store.unity.com/es/plans-individual> Consultat per últim cop: 10 de maig 2023.

Primerament, podem veure com el PC és l'opció de plataforma per la qual més es creen videojocs al territori català. Aquesta plataforma mantindrà el lideratge al llarg d'aquest període de temps seleccionat. A continuació, si ens fixem en Android i iOS, podem veure com també hi ha una gran producció de videojoc per aquestes plataformes.

A nivell d'ordinador, les principals plataformes per publicar un videojoc que podem trobar són: Steam, Itchio, Humble, GOG, Epic, EA i Xbox GamePass, entre d'altres. Segons el Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos 2021, la principal botiga digital que s'utilitza és Steam amb un 88% de les empreses enquestades en l'àmbit espanyol que en fan ús.

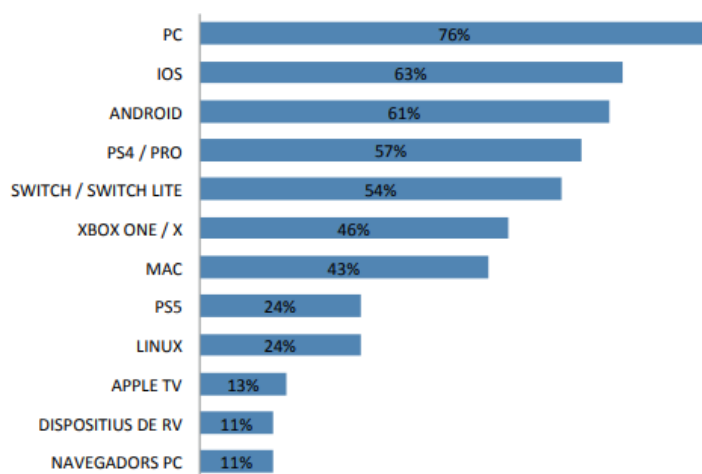


Gràfic 23: Plataformes utilitzades (percentatge per empreses) dintre de la indústria catalana del videojoc. Gràfic extret del Llibre Blanc de la Indústria Catalana del Videojoc 2019.

Per una banda, per poder publicar un joc a Steam, s'ha de formar part del programa de desenvolupadors d'Steamworks. Segons la pàgina d'Steamworks¹⁸ s'han de signar uns documents digitals i pagar una quota de dipòsit de 100€ i després hi ha un període d'espera de 30 dies abans de poder publicar el videojoc per tal de fer comprovacions de seguretat i identitat. Per una altra banda, també existeixen plataformes on no s'ha de pagar cap dipòsit per tal de publicar el teu videojoc com pot ser Itchio, on Lince Works, va inicialment publicar una versió inicial del que posteriorment es va conèixer com "Aragami", com explica Pere Rius a la seva entrevista.

18: "Steamworks és el conjunt d'eines i serveis fets per Valve que t'ajuden a configurar, gestionar i operar el teu joc a Steam" així es com es defineixen a la seva pàgina web. Consultada per últim cop el 15 d'abril del 2023: <https://partner.steamgames.com/steamdirect>

Distribució del videojoc segons plataforma

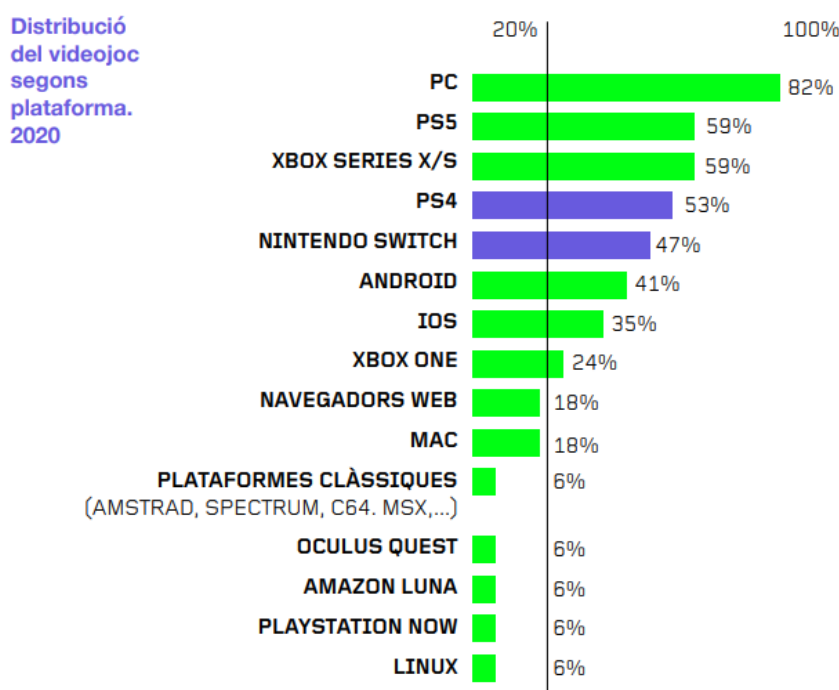


Gràfic 24: Plataformes utilitzades (percentatge per empreses) dintre de la indústria catalana del videojoc. Gràfic extret del Llibre Blanc de la Indústria Catalana del Videojoc 2020.

Més de la meitat de les empreses dintre de la indústria catalana dels videojocs es dediquen a desenvolupar jocs destinats a plataformes com Android i iOS, per tant, la producció de videojocs per a mòbils forma gran part de la producció de la indústria. Per exemple, podem examinar el cas de Garage51, ja que el seu primer videojoc va ser Demon Blade, un joc amb estètica nipona que es va publicar al Play Store, Google Store i també es va desenvolupar per iOS. Dani Sintas, el CEO de Garage 51, explica, a l'entrevista l'experiència, que van tenir amb Google sent una empresa petita publicant el seu primer joc: *“Nosaltres ho vam publicar a Google i realment, depeníem completament de Google. O sigui, un empresa multimilionària amb jocs que factures 20 milions al dia, una empresa d'un joc que no factura res – quan va sortir Demon Blade no facturava res – de 5 persones doncs bàsicament ningú ens feia cas, era una guerra. D'un dia per l'altre t'esborraven el joc i com que eres tan petit no et contestava ningú. Era cada dos per tres teníem sustos d'aquests la veritat. Doncs avui Google ha canviat les notes i ja en lloc de tenir un 4,5 tenim un 3,8 i les descàrregues baixen de cop. I així va ser, la veritat, una guerra de trinxeres, poc a poc, molt fofre'ns contra una paret fins que al final vam poder subsistir que no és fàcil la veritat.”*

En el cas de Barcelona, i de la indústria catalana del videojoc, és un lloc de desenvolupament de videojocs de mòbil que cada cop pren més rellevància internacionalment. Barcelona compta amb grans empreses del joc del mòbil com Digital Legends, Social Point, Gameloft, King, Scopely, ICC i Ubisoft Barcelona Mobile i durant el 2021, un seguit d'empreses

multinacionals – principalment dedicades als videojocs de mòbil – han obert oficines a Barcelona o han comprat empreses locals per incorporar-les als seus grups (Angrill & Galí & García, 2023). Aquesta forta presència de desenvolupament de jocs per a mòbils es pot explicar si es té en compte que fins fa poc es tractava d'un projecte menys arriscat i que demana un menor pressupost; i això va portar a un ràpid creixement d'aquests videojocs, fins i tot a llocs com Catalunya on la indústria del videojoc no era gaire potent (Angrill & Galí & García, 2023). Com s'ha pogut veure a l'apartat “4.1.2 Models de negoci” aquest tipus de videojoc ha popularitzat el model Free-To-Play que es basa en fidelitzar l'usuari permetent l'accés al joc de manera gratuïta i que almenys un petit percentatge de l'audiència faci compres dintre del joc – n'hi ha més jugadors de mòbils que de consoles i ordinadors junts (Angrill & Galí & García, 2023).



Gràfic 25: Plataformes utilitzades (percentatge per empreses) dintre de la indústria catalana del videojoc. Gràfic extret del Llibre Blanc de la Indústria Catalana del Videojoc 2021.

Finalment, al 2021, trobem que la segona plataforma per a la qual més es desenvolupa són les consoles (PlayStation 5, PlayStation 4 i Xbox Series X/S). En el cas de la PlayStation 5, del 2020 al 2021, hi ha hagut un gran creixement en la producció de videojocs destinats a aquesta consola i una petita caiguda d'aquells desenvolupats per la PlayStation 4. Darrere d'aquestes dues principals consoles trobem empreses com Sony y Microsoft, que permeten la publicació de videojocs per les seves plataformes però, tenen condicions més estrictes que,

per exemple, algunes plataformes d'ordinador. El Dr. García explica que en el cas de la Playstation: *“Has de tenir la sort de que algun publisher t'acompanyi per anar a la play. “A Tale of Paper” van guanyar el concurs Playstation Talents del 2018, on Sony els va apadrinar i els ha acabat col·locant al a Play Store, el que passa sinó també es que et demanen exclusivitat o exclusivitat per un temps i llavors igual vols, igual no vols.”*

Per afegir un altre exemple, aquesta va ser l'experiència que van tenir a Lince Works treballant amb Sony a “Aragami” i amb Microsoft a “Aragami 2” segons Pere Rius: *“Nosaltres amb Aragami 1, vam tenir una exclusivitat per part de Sony perquè van ficar diners. Llavors, el que ells d'alguna manera et demanaven era que durant 6 mesos el joc només podia estar a plataformes de PC i a Playstation, no podia estar a qualsevol de les altres consoles i a partir del mes 7 ja podíem i llavors vam fer-ho. Aragami 2 no hi ha hagut exclusivitat perquè ningú ha posat diners. Vull dir, cap de les plataformes amb una excepció es que nosaltres vam sortir a Game Pass de Microsoft i aquí sí que van posar uns diners, el joc a GamePass durant dos anys però no hi havia exclusivitat. O sigui, hi havia exclusivitat de 6 mesos en que no podia estar el joc a altres plataformes de subscripció, no podia estar a Stadia, a Luna a plataformes d'aquestes.”*

Una altra gran empresa per la qual es produeix un gran nombre de videojocs és Nintendo. El 2021 ja veia un 47% d'empreses que produïa videojocs per aquesta plataforma. A la indústria és una pràctica molt comuna el desenvolupament de videojocs per diverses plataformes simultània o posteriorment a la data d'estrena. Això, porta amb si tant dificultats com beneficis. Per una banda, suposa que el videojoc s'hagi d'adaptar a les diferents capacitats de les consoles i ordinadors, però, per una altra banda, permet que s'arribi a una major audiència. Xavier Jorba, antic director tècnic de Lince Works explica que amb “Aragami 2” van haver-hi de fer alguns canvis per acomodar el rendiment a diverses plataformes: *“teníem les escenes duplicades les d'una plataforma del rendiment PC, Xbox, Play i unes altres escenes lo més semblant possibles però per menys rendiment.”*

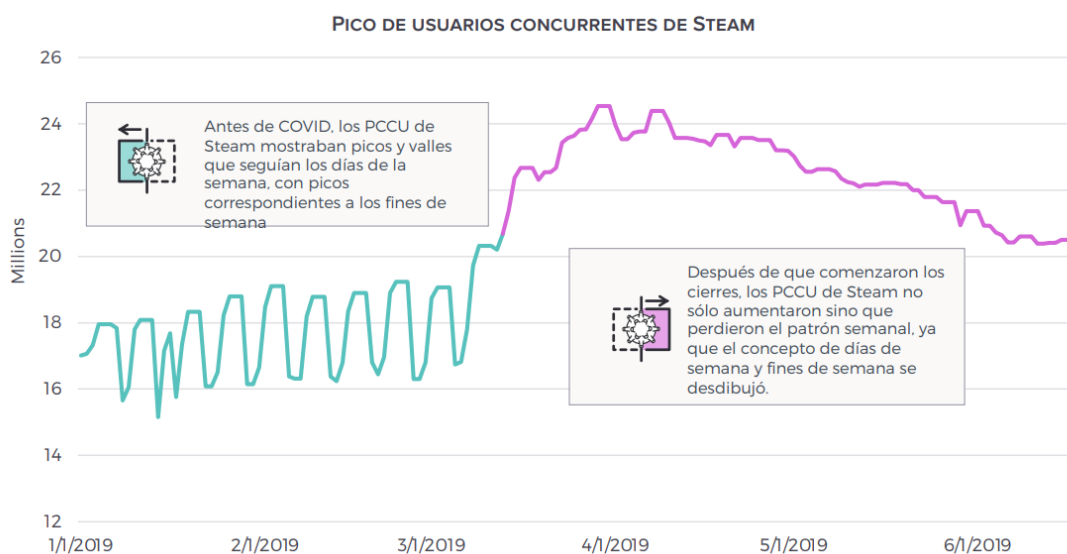
En conclusió, les principals plataformes per les quals es desenvolupa al territori català són PC, mòbil (Android i iOS) i consoles (PlayStation 4, PlayStation 5, Xbox One, Xbox Series X/S). Les opcions de distribució que ofereixen aquestes plataformes són molt variades i totes aquestes tenen condicions variants que ofereixen una àmplia gamma de llocs d'entrada a l'hora de publicar un videojoc depenent de les capacitats que tingui l'empresa. Tot i així, també cal tenir en compte que en com més plataformes estigui el videojoc, a una audiència més gran i variada podrà arribar

4. La Covid-19 a la indústria catalana

Aquest treball veu important analitzar per separat la pandèmia de la Covid-19, ja que es troba dintre del període d'estudi escollit i es tracta d'un fenomen que va tenir repercussions a tot el món i, per tant, la indústria dels videojocs també ha sigut una de les afectades. A més, la indústria dels videojocs és un cas interessant a estudiar, ja que les afectacions que va patir són diferents de les de moltes altres indústries.

Al 2021, la Asociación Española de Videojuegos va publicar una anàlisi sobre l'impacte de la Covid-19 a la indústria dels videojocs, tant mundial com espanyola, fet per IDG Consulting titulat "Análisis del Impacto del Covid-19 y mejores prácticas de teletrabajo en el sector de los videojuegos", aquest treball farà ús de les dades que inclou per tal d'examinar com la pandèmia va afectar la indústria dels videojocs catalana. A més, a més, d'entrevistes realitzades a estudis locals perquè expliquin quina va ser la seva experiència durant la pandèmia i que va suposar pel seu ritme de treball.

Primer de tot, cal mirar com es va veure afectada la indústria de manera internacional. Els diferents mercats de tot el món van veure un augment en l'activitat dels videojocs, tant en PC, com consoles, com mòbils (IDG Consulting, 2021). En el cas dels ordinadors, com es pot veure a les dades del anàlisi d'IDG Consulting (2021), si mirem a Steam, la corba d'usuaris que pujava i baixava segons el dia de la setmana es va estabilitzar, ja que amb el confinament es va perdre l'horari de setmana/cap de setmana.



Gràfic 26: Nombre d'usuaris d'Steam abans i després de l'anunci del confinament de la pandèmia a nivell mundial. Dades extretes del "Análisis del impacto del COVID-19 y mejores sprácticas de teletrabajo en la indústria de los videojuegos" De IDG Consulting, 2021.

La consola va veure un augment en vendes tant de hardware com de software, i es va produir un gran augment de vendes digitals mentre que les físiques van caure (IDG Consulting, 2021). Finalment, en el cas dels mòbils, es va produir un augment al març del 2020 d'un 15-25% i aquest creixement va continuar pujant en abril i maig d'aquell any (IDG Consulting, 2021).

En el cas català, la indústria va tenir una facturació estimada de 552 milions d'euros el 2020, el que suposa un creixement del 17% respecte a l'any anterior, també va haver-hi un augment en el nombre de treballadors dintre de la indústria (DEV & ICEC, 2021). És a dir, es va produir un creixement en la indústria catalana de videojocs tot i la pandèmia de la Covid-19.. El Dr. García explica a la seva entrevista que la indústria del videojoc: *“Es va poder adaptar bé perquè és una indústria de portàtil bo i treballar des de casa. Jo crec que no només no va afectar en negatiu sinó que va afectar en positiu perquè clar va haver-hi un creixement brutal de l'oci interactiu. La gent es quedava a casa, es gastava més en videojocs i això t'ho diuen totes que els números els hi van millorar.”*

Dani Sintas, CEO de Garage51, dona també la seva opinió sobre com va afectar la indústria del videojoc i la seva experiència com a empresa petita: *“la indústria del videojoc és una indústria d'entreteniment, quan va haver-hi la pandèmia l'entreteniment es va disparar. Clar, això ho veuen les grans nosaltres que som petits el que passa es que els costos d'adquisició de publicitat de Demon Blade es van disparar perquè hi havia molt més consum. Llavors a nivell d'entreteniment això per nosaltres va ser horrible.”* Per tant, per una banda, veiem com la venda i facturació dintre de la indústria dels videojocs va créixer, però, per una altra banda, això també va suposar dificultats per empreses més petites que han de costejar aquestes despeses.

Tot i això, una altra dada optimista respecte a la indústria catalana va suportar la pandèmia està relacionada amb el nombre d'empreses del territori. A finals de 2021, Catalunya compta amb 123 empreses constituïdes, a les quals podem sumar-ne 35 que es troben en situació de desaparèixer, més 77 projectes en desenvolupament que encara no estan constituïts com a empreses (DEV & ICEC, 2021). En altres paraules, el nombre d'estudis que formen el teixit de la indústria catalana ha augmentat en comparació amb els nombres que hi havia abans de la pandèmia (DEV & ICEC, 2021).

Mentre que les vendes, tant de compres *online*, com de *software* i *hardware* de consoles, i el desenvolupament dels videojocs sí que es van veure afectats de diferents maneres. Segons

L'informe d'IDG Consulting (2021), els desenvolupadors van dir que diferents feines del procés de creació, la prova dels jocs, arreglar els errors, fer *motion capture* i gravar música original es van retardar i fer més complicades. Això va portar al fet que el llançament de molts videojocs no es fes o s'allargués la data de publicació més de l'esperat per poder completar aquestes feines (IDG Consulting, 2021).

Al territori català, amb les entrevistes realitzades per aquest treball, es pot crear una imatge de com ha sigut la seva experiència i com el seu ritme de treball s'ha vist afectat per la Covid-19. A més, a més, de si els canvis al treball que va provocar s'han mantingut o no. Per una banda, tenim estudis com Garage51 que segons explica en l'entrevista el seu CEO, Dani Sintas, i un artista del equip, Joan Maurel, el seu nivell de productivitat va disminuir i es van produir complicacions a causa de que tenen un ritme de treball que es basa molt en la presència cara a cara i en reunions presencials de manera regular.

“El que passa que durant la covid-19, la comunicació – que sí que es pot treballar per discord – però no acaba de ser el mateix, els feedbacks a vegades poden ser mal interpretats. No és el mateix que t'estigui dient en persona al costat que estiguen mirant els dos la mateixa cosa. La comunicació s'estanca molt més. Es va enquistar una mica en el nostre cas la feina. La producció va disminuir comparat amb com quan estem aquí.” Joan Maurel, artista a Garage51.

Adicionalment, la pandèmia també va impulsar la incorporació del teletreball a més llocs de treball i hi ha gent que creu que el futur de la indústria del videojoc és un model de treball híbrid que combina el teletreball amb el presencial (IDG Consulting, 2021). En el cas de Garage51, no van continuar amb el model del teletreball dintre de la seva jornada laboral, ja que com s'ha esmentat abans, la seva productivitat està molt relacionada amb el treball cara a cara.

Per una altra banda, teniem empreses com Lince Works que, tot i que també van patir una reducció en la seva productivitat, van tenir una transició molt més suau i fins i tot, havien estat treballant amb un model híbrid des de la pandèmia fins al seu tancament al abril del 2023. Pere Rius, ex-membre de Lince Works va explicar l'experiència de l'estudi de la següent manera: *“Va ser una sort poder-nos adaptar tan ràpidament al model de confinament, remot absolut que moltes indústries per desgràcia no van tenir res positiu durant la pandèmia. I després que clar, al veure com*

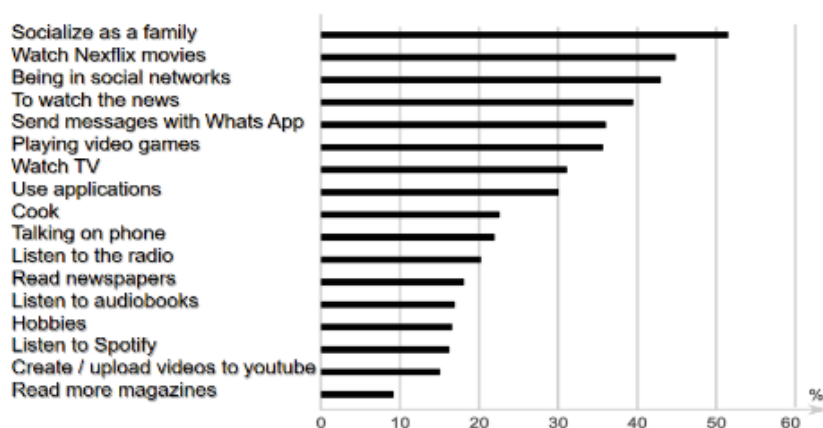
havia funcionat al remot absolut amb aquesta mentalitat oberta que vam tenir, parlant amb l'equip i tal vam arribar tots a la conclusió fent una enquesta i tot que volíem fer un format híbrid.”

Per tant, podem veure com la Covid-19 ha afectat de maneres diferents a les empreses catalanes a nivell de model de treball, però totes sí que van notar una baixada en el ritme de producció comparat amb el que tenien abans de la pandèmia.

Pel que fa a l'audiència i els jugadors, també es van produir canvis en els seus comportaments a diferència de prèviament. Com s'ha pogut veure al principi d'aquest apartat, la tendència de jugar més al cap de setmana respecte a la setmana va desaparèixer. També va augmentar el nombre de persones que juguen, només cal veure l'augment en el nombre de vendes per confirmar aquesta afirmació, com hem vist gràcies al Llibre Blanc de la Indústria Catalana del Videojoc del 2021.

“La indústria dels videojocs, que es vincula al món de l'entreteniment i és influenciada per aquests canvis, ha augmentat la seva demanda en els últims dos anys i s'ha convertit en una activitat domèstica en un dia normal a casa, presentant un rècord de vendes i un posicionament predominant en el mercat mundial. La quarantena va marcar un abans i un després en la indústria dels videojocs, ja que ha animat als usuaris de tot el món a aprendre i gaudir d'un bon videojoc i, sobretot, marcar un repte per als seus dissenyadors amb la finalitat d'adaptar-los als nous requisits i demandes dels usuaris” (Ortiz & Chimbo & Toaza, 2020)

Durant la pandèmia, es va produir un canvi en els hàbits diaris de la gent, principalment arran del confinament, i també va afectar com es consumia l'entreteniment, ja que la gran part del temps es passava a casa.



Gràfic 27: Percentatge d'activitats en les que la gent participava durant la quarantena. Font: Ortiz, L., Tillerias, H., Chimbo, C., & Toaza, V. (2020). Impacto en la Industria de los videojuegos durante la pandemia por COVID-19. Athenea Engineering Sciences Journal, 1(1), 5-13. <https://doi.org/10.47460/athenea.v1i1.1>

Com podem veure al Gràfic 27, jugar a videojocs es va convertir en la cinquena activitat més comuna per fer durant el confinament.

Finalment, un altre factor que s'ha pogut veure afectat a causa de la pandèmia és la realització d'esdeveniments i fires presencials. En el cas de Barcelona, es conta amb diversos esdeveniments i fires relacionats amb els videojocs, en el següent punt s'examinen amb més profunditat però, es parlarà del IndieDevDay, GameLab i NiceOne Barcelona. Aquests dos últims no es celebren actualment, GameLab va tenir la seva última edició de forma online a Twitch al 2020 i NiceOne Barcelona va celebrar-se per últim cop el 2019.

En conclusió, la pandèmia de la Covid-19 ha tingut molts efectes a la indústria dels videojocs, tant internacional com catalana, alguns dels quals han sigut bons i altres que han sigut menys beneficiosos. Tot i així, la indústria del videojoc, a l'estar tan estretament lligada amb la tecnologia, es tracta d'un sector que s'ha sobreposat a la pandèmia gràcies a aquesta connexió i facilitat per continuar el treball de manera remota i no presencial i al fet de formar part de la indústria de l'entreteniment.

5. Esdeveniments i premis

5.1. Esdeveniments i fires

Aquest treball també tractarà del que es considera dintre del marc d'estudi els tres principals esdeveniments de la indústria dels videojocs que se celebren o s'han celebrat a Barcelona dintre del període establert. Entre aquests, parlarem de IndieDevDay, GameLab i NiceOne Barcelona.

IndieDevDay es descriuen a ells mateixos com “un esdeveniment sense ànim de lucre, que se celebra en el centre de Barcelona per reivindicar l'esforç i el sacrifici que suposa fer jocs *indies*. És una iniciativa per part de desenvolupadors, blogs, associacions i apassionats del sector dels videojocs per formalitzar i marcar un abans i un després d'una comunitat que creix i es fa més forta cada dia” (IndieDevDay, 2021). Aquesta fira pretén fomentar la difusió i coneixement del sector de la indústria de videojocs catalana i espanyola, impulsar el talent de nous desenvolupadors, artistes i dissenyadors que comencen els seus projectes i conèixer projectes en desenvolupament, companys de professió i gaudir jugant a videojocs (IndieDevDay, 2021). En el cas d'IndieDevDay, el que va passar va ser que el 2020 es va celebrar l'esdeveniment de manera online a través de la plataforma de Twitch, com podem veure a la seva pàgina web del IndieDevDay del 2020 (IndieDevDay, 2020). IndieDevDay, segons ens explica el Dr. Oscar García, ara està motivant reunions amb *publishers* de la manera en què abans ho feia GameLab.

GameLab són una organització sense ànim de lucre dedicada a organitzar fires de qualitat on professionals, investigadors, acadèmics, empresaris i inversors del món de l'entreteniment digital es reuneixen per trobar inspiració, compartir projectes i idees (GameLab, s.f.). El seu principal esdeveniment se celebrava al juny a Barcelona i havia rebut més de 1000 assistents i 500 empreses i organitzacions (GameLab, s.f.). També han celebrat convencions de temporada a altres ciutats de tot el món com Tokio, Shanghai, Montevideo o a Madrid (GameLab, s.f.). En el cas de GameLab, el 2020 va comptar amb una edició online, però des de llavors no s'ha tornat a celebrar tal com podem veure a la seva pàgina web.

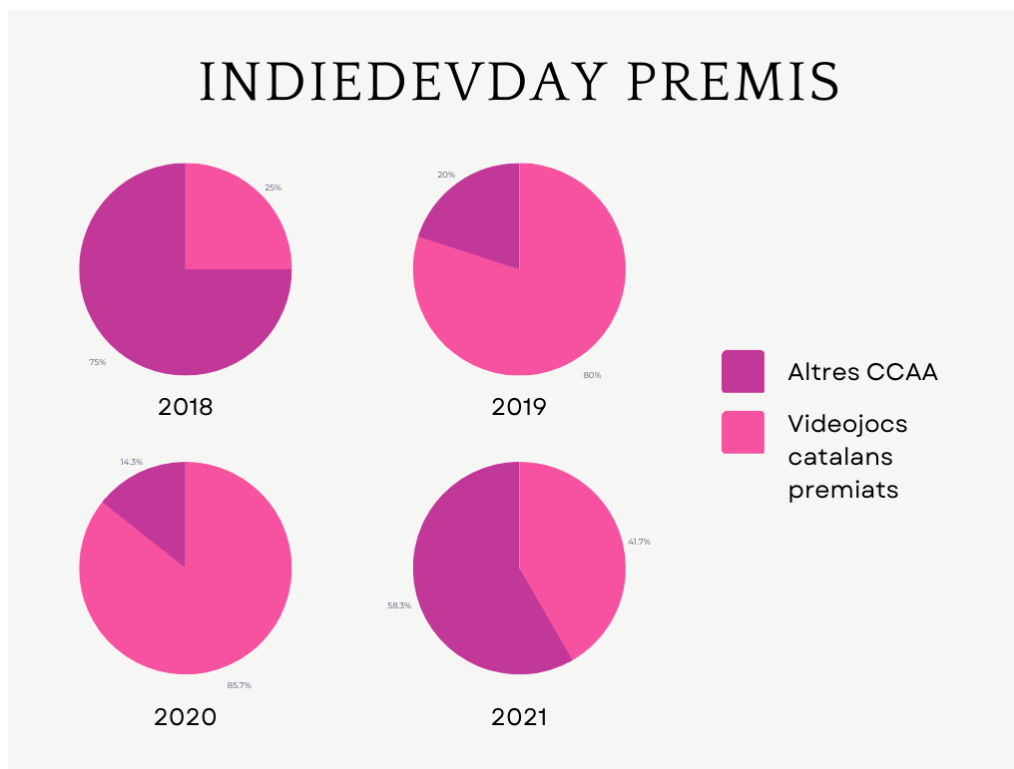
Finalment, el Barcelona Games World és un saló sobre videojocs organitzat per Fira de Barcelona, que el 2019 es transforma en el NiceOne Barcelona per reflectir que la celebració s'obre a nous àmbits del món de l'entreteniment digital (NiceOne Barcelona, s.f.). A la seva pàgina web expliquen com la convenció aspira a convertir-se en el festival més gran

d'entreteniment digital d'Espanya i un dels esdeveniments de referència dintre del panorama internacional. A l'edició del 2018 el saló va reunir més de 138.000 visitants durant els 4 dies que va durar, fent que es consolidés com l'esdeveniment espanyol més gran dedicat als videojocs i als eSports. Tot i això, el 2019 va la seva última edició segons la informació trobada a la seva pàgina web.

5.2. Premis nacionals i internacionals

Aquest treball també s'endinsa als premis que existeixen dintre de la indústria dels videojocs. El reconeixement que es fa dels videojocs a través d'aquestes cerimònies serveix també per promocionar i atorgar premis a aquells videojocs que han destacat dintre de la indústria aquell any. Existeixen diferents cerimònies de premis que inclouen els videojocs o són completament dedicats a aquests, tant a nivell internacional com nacional. En aquest treball, s'observen tant premis nacionals com internacionals atorgats a estudis catalans.

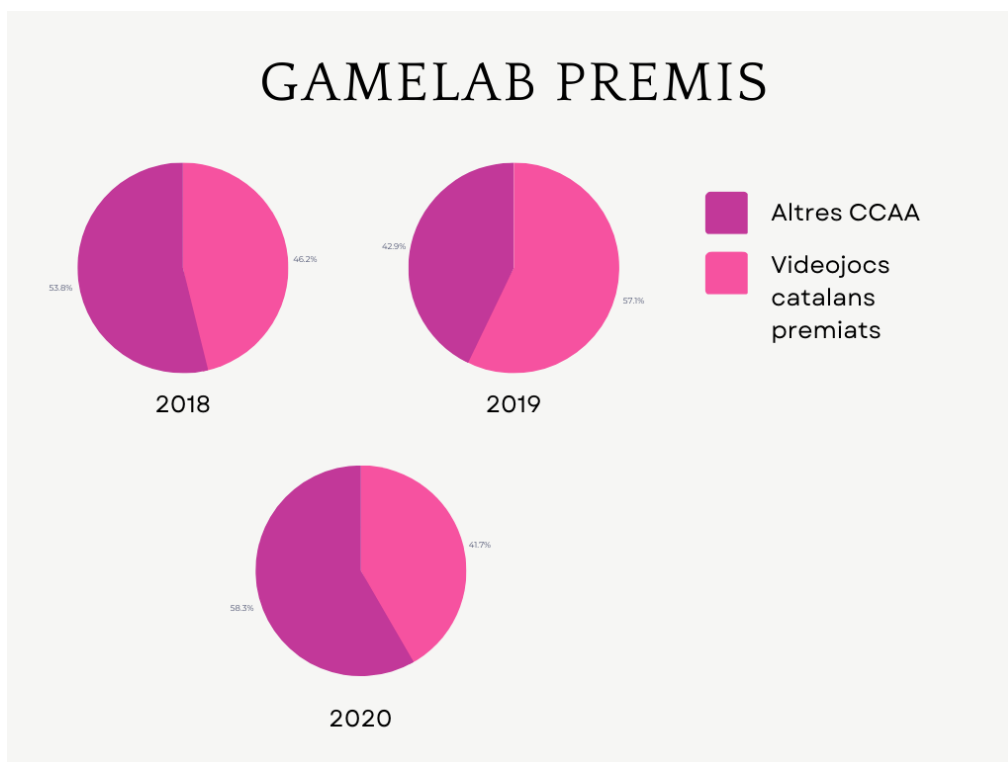
En l'àmbit nacional dintre del període del 2018 al 2021 s'han celebrat diversos certàmens de premis a videojocs arreu del territori espanyol. Entre aquests, segons la Base de Datos del Videojuego Español (DeVuego, 2023) podem trobar Hobby Premios, premis atorgats per la revista HobbyConsolas.com, Faro Gaming, Guerrilla Game Festival, Premios DeVuego, entre altres.



Gràfic 28: Percentatges de premis guanyats per videojocs catalans versus videojocs de la resta del territori espanyol. Dades extretes de la Base de Datos del Videojuego Español, consultat per últim cop el 18 d'abril 2023: <https://www.devuego.es/bd/premios/>

En aquests podem trobar videojocs catalans que han rebut premis com ara “Gris” el 2019 al Mejor Videojuego de Desarrollo Español de Hobby Premios. Tot i així, aquest treball examinarà més a fons els IndieDayDev Awards i els Premis Gamelab, ja que provenen de dues fires de les quals ja s’ha parlat en el punt anterior.

Per una banda, segons les dades de la Base de Datos del Videojuego Español (DeVuego, 2021) als IndieDevDay Awards podem veure com la quantitat de videojocs catalans que han guanyat premis al llarg del 2018-2021 va augmentar el 2019 i al 2020, tot i que al 2021 va disminuir. Tot i així, podem veure com es tracta d’un gran percentatge de videojocs catalans entre els quals podem trobar: “Gris” de Nomada Studio, “CLeM” de Mango Protocol, “Sword of the Necromancer” de Grimorio of Games, “Ikai” d’Endflame i “Ugly” de Team Ugly, entre d’altres.



Gràfic 29: Percentatge de premis guanyats per videojocs catalans versus videojocs de la resta del territori espanyol. Dades extretes de la Base de Datos del Videojuego Español, consultat per últim cop el 18 d'abril 2023: <https://www.devuego.es/bd/premios/>

Per una altra banda, tenim els Premis GameLab dels quals només hi ha dades fins al 2020, ja que aquest va ser l'últim any en què es va celebrar. Tot i així, en el Gràfic 29 es pot observar com continua la tendència on més del 40% dels videojocs que han rebut un premi són catalans.

A l'hora de parlar de cerimònies de premis espanyoles podem veure com una quantitat important dels guanyadors nacionals són videojocs fets a Catalunya solidificant el territori com una productora de jocs amb rellevància.

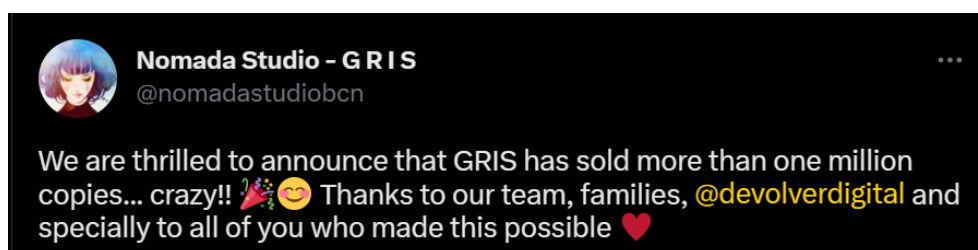
A l'escena de premis internacionals, si es consideren cerimònies com The Game Awards o ara bé els IGN Game Awards o, fins i tot, altres cerimònies que inclouen premis per a videojocs com els Premis BAFTA o The Annie Awards es pot trobar com un videojoc català en destaca especialment dintre del període del 2018 al 2021, "Gris".

5.2.1. El cas de Gris

Dintre del reconeixement internacional i els diferents premis rebuts per videojocs catalans en el període de temps que s'examina en aquest treball, trobem el cas de "Gris" que destaca com a un videojoc català molt important tant pel seu èxit com la seva repercussió.

"Gris" és un videojoc de plataformes i puzzles fet per Nomada Studio i publicat per Devolver el desembre del 2018. El joc va sortir inicialment per Switch, PC i Mac, tot i que actualment es pot trobar també per Playstation 4 i 5. El videojoc va ser creat per Adrián Cuevas, Roger Mendoza – dos programadors – i Conrad Roset, l'artista de l'equip. Segons explica Adrián Cuevas a la seva entrevista, el joc *"va sorgir d'una festa d'acomiadament"* – ja que Cuevas se n'anava al Canadà a treballar - on es van trobar a una antiga amiga que coneixia a l'artista Conrad Roset. Aquest els hi va comentar a Cuevas i Mendoza que tenia la idea de fer un videojoc *"que comences en blanc i negre, dibuixat, així com a llapis i que anessis recuperant colors al món"*.

Des de la seva publicació, el títol ha rebut un gran reconeixement tan nacional com internacional tant en nombre de vendes com a l'hora de rebre premis. L'abril del 2020, segons un anunci fet via Twitter per Nomada Studios¹⁹ el videojoc havia arribat al milió de còpies venudes. Cuevas explica que l'any següent a la publicació de "Gris" és quan realment van veure la quantitat de gent a la qual li havia agradat el joc: *"Hi havia gent que s'havia disfressat de Gris, que s'havien fet un tatuatge de Gris. No t'ho imagines"*.



19: Enllaç al tweet fet per Nomada Studios:

<https://twitter.com/nomadastudiobcn/status/1251952512317472768?s=20&t=9IPXfKEyVIE8xdoyo0uCA>
A. Consultat per últim cop 10 de maig del 2023.

A més, a més, el videojoc va rebre molt bones crítiques i la gent li va fer molt bona premsa, i Cuevas explica que és una cosa que els va sorprendre. IGN els hi va posar un 9.2 de 10²⁰, Nintendo Life un 9 de 10²¹, GameSpot un 9 de 10²², Eurogamer 4 estrelles de 5²³, i la llista de bones crítiques continua.

La cosa no acaba aquí, ja que també van rebre diversos premis internacionals entre els quals podem trobar un Annie Award a “Outstanding Achievement for Character Animation in a Video Game” el 2019, un premi sobre el qual Cuevas explica el següent:

“No esperábamos poder llegar a ese nivel de premios. Yo recuerdo por ejemplo que estábamos todavía acabando el juego y a mi me ha gustado siempre mucho el cine y la animación y conocía los Annie Awards que son como los Oscars de la animación. Pero claro, los ves como aquí va Pixar, va Disney y de videojuegos tienen una categoría y esta God Of War, Spiderman... Y para que te puedan nominar tienes que pagar una pequeña cuota y tienes que ser recomendado por un miembro de la ASIFA (Internacional Animated Film Association).

Yo cuando lo vi, decidí intentarlo, ni que sea que te nominen o te mencionen. Entonces hice todo el proceso de asociarme a la ASIFA y pagar la entrada y claro al final, fue un primer primero al que nos nominamos. Tuvimos que hacer la aplicación antes de sacar el juego y nada al mes de sacar el juego recibimos la noticia de que estábamos nominados para los Annie. Fue realmente como que subió la expectativa a las nubes, realmente podemos llegar a premios como este.”

“Gris” també va ser reconegut a nivell internacional als The Game Awards del 2019 on van rebre el premi a “Games for Impact Award” i van ser nominats a “Best Debut Indie Game” i “Best Art Direction”. També va rebre 3 nominacions als BAFTA Game Awards per “Artistic Achievement”, “Best Debut Game” i “Best Music”. A més, a més, van rebre un premi dels Italian Video Game Awards al “Best Indie Game” del 2019.

Cal afegir que, “Gris”, posa en rellevància una tendència existent dintre dels videojocs catalans que es reflecteix en no tan sols aquest joc sinó altres com “Arise: A Simple Story” de Piccolo Studio o el nou “Endling” d’HeroBeat. Cuevas parla d’aquesta tendència de la

20: Crowd, Dan. (2018). Gris review. IGN. <https://www.ign.com/articles/2018/12/13/gris-review>.

Consultat per últim cop: 27 d’abril 2023.

21: Scullion, Chris. (2018). GRIS review (switch eShop). Nintendo Life.

<https://www.nintendolife.com/reviews/switch-eshop/gris> Consultat per últim cop: 27 abril 2023.

22: Mc Shea, Tom. (2018). Gris review - seeing in color. GameSpot.

<https://www.gamespot.com/reviews/gris-review-seeing-in-color/1900-6417057/> Consultat per últim cop 27 d’abril 2023.

23: Blake, Vikki. (2019). Gris review - an evocative, ethereal experience you don’t want to miss.

Eurogamer.net. <https://www.eurogamer.net/gris-review-an-evocative-ethereal-experience-you-dont-want-to-miss> Consultat per últim cop: 27 d’abril 2023.

següent manera: *“En general, creo que también hay un movimiento bastante fuerte al menos desde Catalunya de intentar mostrar el videojuego como algo más que entretenimiento, como algo más como cultura, como arte. Que yo creo que es algo que hace falta. Es algo que es un paso que ya se dio en el cine hace 100 años y tenemos que hacer nosotros en el videojuego y ver que es algo más que simplemente entretenimiento. Que también lo es, pero que también puede ser más cosas. Es otra forma de expresión artística como muchas otras cosas, entonces yo creo que todo esto está pasando poco a poco.”*

En resum, “Gris” ha sigut un videojoc català amb una important repercussió internacional i que ha servit també com a representant de què la indústria catalana de videojocs pot arribar a aconseguir mundialment. Aquest any, estem tornant a veure com un altre videojoc català ha rebut reconeixement a cerimònies de premis estrangeres és el cas d’ “Endling” d’HeroBeat Studios que ha rebut un BAFTA Games Award per “Game Beyond Entertainment”.

6. Altres indústries de l'entreteniment relacionades amb els videojocs

6.1. Twitch, Youtube i els streamers

Aquest estudi examina també altres indústries que es troben adjacents a la producció de videojocs, però que també interactuen amb aquest mercat i l'influencien. És a dir, poden afectar a com es rep un joc o l'èxit que té, ja que serveix com a plataforma on la gent interactua amb el videojoc. Per tant, es considera rellevant fer-li una mirada a aquests espais, ja que també són importants a l'hora d'examinar el ressò de la indústria catalana de videojocs. En concret, s'examinen els fenòmens relacionats amb Youtube i Twitch com a plataformes de promoció i visualització de videojocs i com aquesta visibilitat afecta la indústria.

La plataforma Youtube va néixer el 2005 de la mà d'antics treballadors de PayPal i va ser venuda a Google un any després de la seva creació. El seu origen està lligat a la televisió amb la intenció de fer aquesta producció audiovisual accessible per a qualsevol persona (Paredes, 2019). YouTube té una estreta relació amb el sector dels videojocs com a plataforma on els canals que compten amb un major nombre de subscriptors són aquells dintre de la comunitat *gamer* (De Piero, 2019). Aquests espais tenen com a producte principal els *gameplays*²⁴ on els creadors juguen i expliquen la seva experiència en jugar, però també existeixen crítiques, històries i revisions dels jocs (De Piero, 2019). El 2015, es va llançar la plataforma de YouTube Gaming – a Espanya va trigar un any més a sortir – un servei d'*streaming*²⁵ que permetia als usuaris veure a altres jugant a videojocs en directe, pujar els seus propis *streams*, participar en un xat i la possibilitat de visualitzar antics vídeos (Paredes, 2019).

Segons l'Estudi de Xarxes Socials 2021, Youtube és la quarta xarxa social més utilitzada a Espanya, la segona opció a l'hora de buscar d'informació i, juntament amb Twitch, l'elecció predominant per veure esports de manera *online* (Paredes, 2022). Els usuaris que més ús en fan de YouTube són els joves d'entre 16 i 24 anys amb un temps de consumició diària d'1 hora i 42 minuts (IAB Spain, 2021 com se cita a Paredes, 2022). No només això sinó que també cal tenir en compte que el contingut relacionat amb els videojocs és habitual a YouTube i compta amb les audiències més altes (Tur-Viés y González-Río, 2019 com se cita a Paredes, 2022).

24: GamerDic, un diccionari online de termes sobre videojocs, que pertany a Devuego.com en les definicions que té de *gameplay* aquest estudi l'entén com a vídeo on es reproduceix una partida gravada per un jugador.

25: Segons Oxford Languages *streaming* és la tecnologia que permet veure i escoltar continguts que es transmeten des d'Internet o una altra xarxa sense tenir que descarregar prèviament les dades al dispositiu des del qual es visualitza l'arxiu, potser tant en directe com en diferit.

Aquest treball també té en compte una altra plataforma a banda de YouTube: Twitch. Tot i que, YouTube continua sent la principal plataforma de repositori i consum de vídeos a nivell mundial, Twitch va aconseguir créixer en un sector en el qual YouTube no era present fins al 2015 (com ja hem pogut veure prèviament): la transmissió en directe de partides de videojocs (Gutiérrez & Cuarteto, 2020).

Twitch és una plataforma de vídeo en directe llançada inicialment el 2008 i que des del 2014 és propietat d'Amazon i s'ha establert en aquests últims anys com una de les principals empreses mundials en aquest nou tipus de consum audiovisual dels que neixen els conceptes de *streaming* (producció de continguts en directe) i *streamer* (persona que crea els continguts) (Gutiérrez & Cuarteto, 2020). Els principals punts que diferencien a aquesta xarxa són el vídeo en directe combinat amb un xat en obert que permet una interacció directa entre el creador de contingut i la seva audiència, a més de servir com a espai on crear una comunitat al voltant d'aquesta producció audiovisual (Gutiérrez & Cuarteto, 2020).

Aquestes plataformes han donat lloc a noves relacions amb el videojoc i la seva audiència, ja que deixa de ser necessària la interacció directa entre el videojoc i el públic. Aquesta interacció passa a ser substituïda per l'experiència del videojoc a través d'una altra persona que ensenya en una retransmissió en directe la seva partida (Gutiérrez & Cuarteto, 2020). A més, a més, Twitch i YouTube s'han convertit en plataformes on empreses de videojocs com Nintendo realitzen esdeveniments com els Nintendo Direct per anunciar nous videojocs. És a dir, que aquestes plataformes permeten també una publicitat i promoció de videojocs i empreses dintre de la indústria que en aquest període hem pogut veure de diferents maneres. En especial destaca l'anunci de Sony de la PlayStation 5 el juny del 2020 a diverses plataformes que permeten emetre vídeos en directe (Twitch, YouTube i Facebook, entre altres). En aquesta presentació es van arribar a obtenir un milió d'espectadors simultanis a nivell mundial i un total de 7 milions a través de les diverses plataformes (Esports Charts, 2020 com se cita a Gutiérrez & Cuarteto, 2020).

Al capítol 10 de la publicació “Nova Pantalla” (2023) s'explica com els videojocs en ser productes culturals generen converses i debats, i com la proliferació de contingut audiovisual de *youtubers* i *streamers* ha anat lligada als videojocs, ja que són la base de molts dels seus continguts. A més, molts dels periodistes i creadors de contingut audiovisual de llengua castellana són dels territoris de parla catalana (Angrill & Galí & García, 2023). Cal afegir que

són molts els creadors de contingut que juguen i parlen de videojocs en català en forma de *gameplays*, tertúlies i entrevistes en diversos formats, com ara: Nintenhype, Catalunya Playstation, Xboxers Catalans, CATCOM, Univers G8CO i Videoviciats, entre d'altres (Angrill & Galí & García, 2023). En aquestes plataformes també podem trobar la presència de mitjans com Meristation, AnaitGames i Eurogamer.es que s'han creat a Catalunya (Angrill & Galí & García, 2023).

En conclusió, plataformes com YouTube i Twitch s'han convertit en part de la indústria dels videojocs, ja que molt del contingut que es crea en aquestes està relacionat amb la interacció tant directa com indirecta amb els videojocs. Es tracta d'espais que tenen una gran audiència i serveixen com a plataforma on tenir experiències relacionades amb videojocs ja sigui en forma de mirar un *gameplay* per entreteniment o una crítica per decidir si comprar un joc o no. Encara més, aquestes xarxes socials han esdevingut un nou camí de comunicació per les empreses dintre de la indústria dels videojocs i pel periodisme especialitzat en aquests.

7. Anàlisi de resultats i conclusions

Aquest treball ha estudiat amb profunditat diversos aspectes de la indústria dels videojocs i l'estat d'aquesta dintre de Catalunya els anys 2018-2019. Amb les dades i les declaracions que s'han anat citant al llarg del treball s'ha arribat a diverses conclusions sobre els primers objectius i hipòtesis amb les quals es van començar el treball: Com ha evolucionat la indústria catalana dels videojocs del 2018 al 2021? Té alguna rellevància internacional? I finalment, si Barcelona és una ciutat clau dintre d'aquesta indústria i la seva importància fora del territori català.

S'ha conclòs que els videojocs són productes culturals que es troben dintre de les indústries culturals i són una petita part d'aquesta classificació que engloba moltes altres disciplines. A més, no hi ha una definició consolidada per "videojoc" però en les diferents descripcions que existeixen hi ha termes que coincideixen entre els que podem trobar paraules com "interactivitat", "multimèdia", "música", "gràfics" i "tecnologia". És a dir, són una peça cultural que requereix molts perfils per la seva creació comes pot veure només pels termes necessaris per descriure'ls i pertanyen a una indústria complexa.

A l'hora de resoldre el principal objectiu del treball s'ha examinat la indústria dels videojocs a diferents escales. Primerament, a l'àmbit internacional segons els informes del Libro Blanco de Desarrollo Español de Videojuegos (DEV, 2018, 2019, 2020, 2021) hem pogut veure que es tracta d'una indústria amb grans ingressos – comptant amb pressupostos que poden arribar a rivalitzar algunes pel·lícules de Hollywood a la seva producció- tot i que aquests hagin patit una baixada a causa de la Covid-19. La Covid-19 va causar l'endarreriment i la cancel·lació de la publicació de molts videojocs, tot i que si va portar l'augment del nombre de jugadors (IDG Consulting, 2021). Segons els informes de la DEV, els principals països que trobem darrere d'aquesta indústria són Xina, els Estats Units i el Japó.

En segon lloc, nacionalment han anat augmentant el nombre de vendes de manera progressiva els anys que s'han estudiat segons les dades extretes de El Anuario del Videojuego (AEVI, 2018, 2019, 2020, 2021). També, el Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (DEV, 2018, 2019, 2020, 2021) ens mostra com el nombre d'empreses dintre del territori ha anat creixent i cada cop es compta amb més seus d'empreses internacionals al nostre país.

Finalment, el punt més rellevant pel treball, la indústria catalana del videojoc trobem que ocupa la meitat dels ingressos a l'Estat Espanyol i que des del 2018 al 2021 ha anat creixent de manera constant. Els informes del Llibre Blanc de la Indústria Catalana dels Videojocs (2018, 2019, 2020, 2021) preveuen que aquesta tendència continuarà els anys següents. En altres paraules, a Catalunya podem trobar una indústria que es troba en creixement i que evoluciona cada any més.

La indústria catalana es troba amb una força de treball jove i ben formada, ja que es tracta d'un territori on existeixen també moltes opcions de formació de perfils per la indústria. El principal conflicte que s'ha trobat a la indústria és el fet que moltes empreses, demanen una gran experiència a treballadors que no la tenen. Tal com s'ha dit, el fet que la gent dintre de la indústria tingui un perfil jove fa que sigui difícil trobar treball si s'acaba de sortir d'una universitat com ens explica la Carla Sevillano de Piccolo Studio. Hi ha un gran espai entre l'experiència que es demanda a les ofertes de treball, la quantitat d'ofertes que existeixen i l'experiència real amb la qual s'acaba la formació. A l'hora de considerar els models de negoci de la indústria trobem que a Catalunya, les principals opcions són la venda online i el format F2P + compres dintre del joc o amb publicitat. Aquest últim model podem veure que es fa especialment rellevant si tenim en compte que a Barcelona hi ha molta presència d'empreses desenvolupadores de jocs de mòbil (Nova Pantalla, 2023).

En l'àmbit governamental i públic català, la indústria dels videojocs encara té molt per avançar, ja que tot i que existeixen ajudes públiques pel finançament, diverses persones entrevistades per aquest treball han coincidit en el fet que no són suficients. A més, en termes de legislació de propietat intel·lectual no hi ha cap mena que estigui enfocada als videojocs. Al ser un producte cultural, aquesta situació porta al fet que els videojocs s'hagin de registrar, per una banda com a programa informàtic, i, per una altra banda, com a producte audiovisual.

L'escena catalana dels videojocs també compta amb celebracions i fires relacionades amb els videojocs dintre del període estudiant en els que podem trobar IndieDevDay, GameLab i NiceOne Barcelona. Tot i així, arran de la crisi de la Covid-19 actualment, només continua en funcionament l'IndieDevDay.

En conclusió, al llarg del treball s'ha pogut veure com la indústria catalana de videojocs ha estat creixent cada any més dintre del període de temps estudiat. Catalunya suposa la meitat del negoci espanyol de videojocs i Barcelona és sens dubte una ciutat clau en el món de desenvolupament de videojocs dintre del territori espanyol. Addicionalment, Barcelona està

reben a moltes empreses de videojocs internacionals que estan obrint les seves seus aquí – sobretot destaquen les empreses de videojocs de mòbil -, i s'està convertint en *hub* per la creació de videojocs. A més, Catalunya compta cada cop més amb plataformes de formació per a membres dintre de la indústria del videojoc i amb incubadores i *start ups* per tal d'impulsar l'emprenedoria i la creació d'empreses catalanes de videojocs.

També s'ha vist com la indústria catalana, en especial les empreses *indies*, tenen la capacitat de crear videojocs que són grans èxits més enllà de Catalunya i Espanya i que reben reconeixement en cerimònies de premis internacionals dintre i fora de l'escena dels videojocs com és el cas de "Gris". A més, l'estudi ha trobat que els videojocs catalans compten amb un factor molt interessant, la voluntat de mostrar els videojocs no només com a una forma d'entreteniment, sinó també com una forma de cultura i d'expressió artística com ens explica Cuevas i podem veure reflectit en el videojoc "Gris" de Nomada Studios, entre d'altres com "Arise: A Simple Story" i "After Us" de Piccolo Studio, i amb "Endling" de HeroBeat. De cara al futur per l'escena catalana podem esperar diverses noves propostes entre les quals trobem "Neva" de Nomada Studio, el seu segon videojoc, que va ser anunciat el 24 de maig de 2023 a la PlayStation Showcase.

Tot i el cas de "Gris" que va marcar un abans i un després per demostrar al que pot arribar a aspirar la indústria catalana dels videojocs, no es pot dir de manera clara fins a quin punt els videojocs catalans tenen ressò internacional. Sembla que Catalunya, i sobretot, Barcelona per fi s'està posant a la mateixa altura que altres llocs europeus dintre del videojoc i s'està encarant per continuar creixent. Amb tot i això, aquest treball mostra com Catalunya cada cop més està creant una situació clau com a creadora de videojocs tant a nivell d'oportunitats de feina com de producció tant a escala petita com gran.

8. Bibliografia

Abad, Edu (2022) La indústria catalana del videojoc creix un 73% en cinc anys. Lúdica. Recurs trobat a: <https://ludica.cat/el-videojoc-catala-creix-un-73-en-cinc-anys/>

Acció (2023) El sector audiovisual a Catalunya. Gencat.cat. Recurs trobat a: https://www.accio.gencat.cat/web/.content/banconeixement/documents/pindoles/Audi_ovisual_-_pindola-sectorial_-2023_def.pdf

Angrill, Marc (2020) Subvencions per a empreses de videojocs a Catalunya. Lúdica. Recurs trobat a: <https://ludica.cat/subvencions-empreses-videojocs-apps-catalunya/>

Angrill, Marc & Galí, Joan & García, Albert (2023) Nova Pantalla. Nova Pantalla.

Asociación Española de Videojuegos (2018). Directorio de empresas españolas segmentado por CCAA. Recurs trobat a: <http://www.aevi.org.es/desarrolloespanol/directorio-de-empresas-espanolas-segmentado-por-ccaa>

Asociación Española de Videojuegos (2018). El anuario del Videojuegos. La industria del videojuegos en España en 2018. Asociación Española de Videojuegos. Recurs trobat a: http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2019/05/AEVI_Anuario_2018.pdf

Asociación Española de Videojuegos (2019). El anuario del Videojuegos. La industria del videojuegos en España en 2019. Asociación Española de Videojuegos. Recurs trobat a: <http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2020/04/AEVI-ANUARIO-2019.pdf>

Asociación Española de Videojuegos (2020). El anuario del Videojuegos. La industria del videojuegos en España en 2020. Asociación Española de Videojuegos. Recurs trobat a: http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2021/04/AEVI_Anuario_2020.pdf

Asociación Española de Videojuegos (2021). El anuario del Videojuegos. La industria del videojuegos en España en 2021. Asociación Española de Videojuegos. Recurs trobat a: http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2022/04/AEVI_Anuario_2021_FINAL.pdf

Baiget, Marc (2022). 2011-2021: una dècada en videojocs. Lúdica. Recurs trobat a: <https://ludica.cat/2011-2021-una-decada-en-videojocs/>

Belli, Simone i López, Cristian (2008). Breve historia de los videojuegos. Athenea Digital, 14, 159179. Recurs trobat a: <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/570>

Bustamante Ramírez, Enrique (2017). Las industrias culturales y creativas. Periférica Internacional, Núm 18. 88-117. DOI: <https://doi.org/10.25267/Periferica.2017.i18.08>
Recurs trobat a: <https://revistas.uca.es/index.php/periferica/article/view/4178/3859>

Caballero Trenado, Laura. (2021). Crafting Video Games & IP (Creación de videojuegos y propiedad intelectual). Galeradas VIDEOJUEGOS 28102020. Recurs trobat a: https://www.researchgate.net/publication/349914977_Crafting_Video_Games_IP_Creacion_de_videojuegos_y_propiedad_intelectual

Cunningham, S. (2002). From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry and Policy Implications. *Media International Australia*, 102(1), 54–65. <https://doi.org/10.1177/1329878X0210200107>

De Piero, José Luis (2019). Hablemos sobre videojuegos: estrategias argumentativas en YouTube. 1º Congreso Internacional de Ciencias Humanas - Humanidades entre pasado y futuro. Escuela de Humanidades, Universidad Nacional de San Martín, Gral. San Martín. <https://www.aacademica.org/1.congreso.internacional.de.ciencias.humanas/1114>

Desarrollo Español de Videojuegos [DEV] (2018). El libro blanco del desarrollo español de videojuegos 2018. Desarrollo Español de Videojuegos. Recurs trobat a: <https://dev.org.es/images/stories/docs/Libro%20Blanco%20DEV%202018.pdf>

Desarrollo Español de Videojuegos [DEV] (2019). El libro blanco del desarrollo español de videojuegos 2019. Desarrollo Español de Videojuegos. Recurs trobat a: <https://dev.org.es/images/stories/docs/libro%20blanco%20dev%202019.pdf>

Desarrollo Español de Videojuegos [DEV] (2020) El libro blanco del desarrollo español de videojuegos 2020. Desarrollo Español de Videojuegos. Recurs trobat a: <https://dev.org.es/images/stories/docs/libro%20blanco%20del%20desarrollo%20espanol%20de%20videojuegos%202020.pdf>

Desarrollo Español de Videojuegos [DEV] (2021). El libro blanco del desarrollo español de videojuegos 2021. Desarrollo Español de Videojuegos. Recurs trobat a: <https://dev.org.es/images/stories/docs/libro%20blanco%20del%20desarrollo%20espanol%20de%20videojuegos%202021.pdf>

Desarrollo Español de Videojuegos [DEV] i Institut Català de les Empreses Culturals [ICEC] (2021). Llibre blanc de la indústria catalana del videojocs 2021. Desarrollo Español de Videojuegos. Recurs trobat a: https://dev.org.es/images/stories/docs/livreblancvj_2021.pdf

Desarrollo Español de Videojuegos [DEV] i Institut Català de les Empreses Culturals [ICEC] (2020). Llibre blanc de la indústria catalana del videojoc 2020. Desarrollo Español de Videojuegos. Recurs trobat a: <https://dev.org.es/images/stories/docs/2020%20llibre%20blanc%20dels%20videojocs%20a%20catalunya.pdf>

Desarrollo Español de Videojuegos [DEV] i Institut Català de les Empreses Culturals [ICEC] (2019) Llibre blanc de la indústria catalana del videojoc 2019. Desarrollo Español de Videojuegos. Recurs trobat a:

<https://dev.org.es/images/stories/docs/2019%20llibre%20blanc%20dels%20videojocs%20a%20catalunya.pdf>

Desarrollo Español de Videojuegos [DEV] i Institut Català de les Empreses Culturals [ICEC] (2018) Llibre blanc de la indústria catalana del videojoc 2018. Desarrollo Español de Videojuegos. Recurs trobat a:

<https://www.dev.org.es/images/stories/docs/llibre%20blanc%202018.pdf>

Gamelab (2019) Acerca de. Gamelab Conference. <https://www.gamelab.es/acerca-de/>
Consultat per últim cop: 27 d'abril 2023.

Gil, Adriana i Vida, Tere (2008) Els videojocs. UOC

González-Moreno, Sonia y Cortés Montalvo, Jorge y Palma-Ruiz, Jesús Manuel (2019) La industria cultural y la industria de los videojuegos. Juegos y Sociedad. Desde la interacción a la inmersión para el cambio social. McGraw Hill Mexico. 19-25. Recurs trobat a:

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=0c-aDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA19&dq=industria+videojuegos+espa%C3%B1a&ots=mI2AF5guRK&sig=4qpknGTmHWh_EZpg7x8bv_427fo&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Gutiérrez Lozano, J.F. y Cuartero Naranjo, A. (2020). El auge de Twitch: nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil. Ámbitos: Revista internacional de comunicación, 50, 159-175. <https://idus.us.es/handle/11441/102221>

IDG Consulting (2021) Análisis del impacto del COVID-19 y mejores prácticas de teletrabajo en el sector de los videojuegos. Asociación Española de Videojuegos. Recurs trobat a: <http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2021/07/An%C3%A1lisis-del-impacto-del-COVID-19-y-mejores-pr%C3%A1cticas-de-teletrabajo-en-el-sector-de-los-videojuegos.pdf>

IndieDevDay (2020) 2020 – IndieDevDay. IndieDevDay.

<https://www.indiedevday.es/2020-2/>. Consultat per últim cop: 27 d'abril 2023.

IndieDevDay (2021). 2021 – IndieDevDay. IndieDevDay.

<https://www.indiedevday.es/2021-2/> Consultat per últim cop: 27 d'abril 2023.

Lebrún Aspillaga, Ana María (2014) Industrias culturales, creativas y de contenidos.

Consensus 19 (2). 45-53. Recurs trobat a:

[https://oibc.oei.es/uploads/attachments/69/Industrias Culturales Creativas y de Cont
enidos - Ana Mar%C3%ADa Aspillaga.pdf](https://oibc.oei.es/uploads/attachments/69/Industrias_Culturales_Creativas_y_de_Contentidos_-_Ana_Mar%C3%ADa_Aspillaga.pdf)

M Murciano Martínez, C González Saavedra (2018). Las industrias culturales y creativas en las comunidades autónomas españolas: El caso Cataluña. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 146 a 167. DOI: 10.4185/RLCS-2018-125 Recurs trobat a: <http://www.revistalatinacs.org/073paper/1250/09es.html>

Morales, Enrique (2012) El reconocimiento institucional espanyol de los videojuegos como industria cultural: propuestas para crear industria. *Derecom*, ISSN-e, 1988-2629, N° 11. Recurs trobat a: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4331067>

Nice One Barcelona (s.f.) Nice One Barcelona. Barcelona Siempre. Consultat per últim cop: 31 del maig del 2023.

<https://www.barcelonasiempre.com/es/niceone-barcelona>

Ortiz, L., Tillerias, H., Chimbo, C., & Toaza, V. (2020). Impacto en la Industria de los videojuegos durante la pandemia por COVID-19. *Athenea Engineering Sciences Journal*, 1(1), 5-13. <https://doi.org/10.47460/athenea.v1i1.1>

Paredes Otero, Guillermo (2019) Análisis de YouTube como herramienta informativa en el periodismo español especializado en videojuegos en Paredes Otero Guillermo (2019) Investigar las redes sociales. Un acercamiento interdisciplinar. Egregius Ediciones. [https://books.google.com.mx/books?id=CkHHDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=e
s&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true](https://books.google.com.mx/books?id=CkHHDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true)

Paredes Otero, Guillermo. (2022). ¿Infoentretenimiento o coloquialidad? La información de videojuegos a través del periodismo especializado desde YouTube. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, 66, 81-94. <https://idus.us.es/handle/11441/135160>

Segura-Venegas, Carlos Álvaro (2019) Jurisprudencia Española y Estadounidense acerca de la Protección Jurídica de los Videojuegos y su Originalidad. Recurs trobat a: <https://reunir.unir.net/handle/123456789/9594>

Trenta, M. (2014): Modelos de negocio emergentes en la industria del videojuego, *Icono 14*, volumen (12), pp. 347-373. doi: 10.7195/ri14.v12i1.565

Zapett, Adriana (2002) Teoría de la cultural. *Industria cultural*. Contexto No. 4 Junio-Agosto 2002. 34-35. Recurs trobat a: <http://discursovisual.net/1aepoca/dvweb04/pdfs/indcultural.pdf>

Legislació

[BOE-A-1996-8930 Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.](#)

[Directiva 2009/24/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de abril de 2009, sobre la protección jurídica de programas de ordenador \(Versión codificada\) Texto pertinente a efectos del EEE \(boe.es\)](#)

9. Annexos

Entrevista amb el Dr. Oscar García



El Dr. Oscar García és una figura prominent dintre de la indústria de videojocs catalana. És el director acadèmic d'ENTI-UB on s'ofereixen diversos estudis sobre videojocs i també treballa dintre de la indústria dels videojocs a Cookie Box, una empresa de *gamificació de serious games*.

Imatge 1: Fotografia del Dr. Oscar García proporcionada per ell.

El meu treball parla del impacte de l'escena dels videojocs catalana a nivell internacional sobretot duran els anys 2018-2021. Quin creus que es l'estat actual?

Hi ha un article de la setmana passada de Lúdica que justament em va fer molta gràcia, perquè parlava dels videojocs catalans que estan per sortir, lo qual ja es simptomàtic en positiu. Jo crec que la situació és excel·lent perquè com a Catalunya tenim més de la meitat del volum de negoci total de tota Espanya és una brutalitat. Estan passant moltes coses aquí.

Totes les majors estan venint, totes. Cada 3 o 4 mesos escoltes d'una companyia nova de les grans que venen, i això dinamitza molt. Sí que es veritat que tenim un tema una mica coix com el dels festivals, però tenim ganes de recuperar RetroBarcelona i Gamelab que fa un parell d'edicions que no es fan. Però estem molt bé a nivell d'incubadores, com Level Up i Start UB.

Llavors, ostres, n'hi ha incubadores, es veritat que lo de l'esdeveniment ho hem de revifar però, venen les majors. El moment és boníssim.

Creus que en aquests últims anys, del 2018 fins ara, la situació només ha anat millorant? En el sentit de que si han vingut més majors, n'hi ha més projectes que no abans?

Jo crec que sí, definitivament sí.

Hi ha una cosa que abans no passava. Abans havíem d'anar darrere, havíem d'anar a picar a la porta de l'empresa perquè els hi agafin becaris de la universitat perquè no estaven acostumats. Estan acostumats a contractar talent perquè tenen bons pressupostos poden

pagar bé. A poc a poc ho van anar fent, ara ja et truquen, t'envien un correu. Que tu tinguis a les empreses dient-te que necessiten gent que per favor envia alumnes, és una passada.

Creus que la Covid va afectar a la indústria catalana dels videojocs? O es va poder adaptar bé la indústria?

Jo crec que es va poder adaptar bé perquè és una indústria de portàtil bo i treballar des de casa. Jo crec que no només no va afectar en negatiu sinó que va afectar en positiu perquè clar va haver-hi un creixement brutal de l'oci interactiu. La gent es quedava a casa, es gastava més en videojocs i això t'ho diuen totes que els números els hi van millorar.

Hi ha algun videojoc o empresa que creguis que ha tingut bastant rellevància o impacte fora de Catalunya? Una empresa catalana o videojoc català?

Jo crec que n'hi ha varis. El "Gris" de Nomada. Piccolo, premi rere premi, van fer l'"Arais". Després hi ha gent singular: Abs Normals píxel art, aventures gràfiques van fer l'"Stay". La Mariona Valls que es va endur un premi abans de la Covid. Directora d'art i creadora de Mango Protocol que fa unes aventures molt xules. Ex alumnes meus també, com Talpa Games que han fet "MailMole" i Open House Games que han fet "A Tale of Paper".

A l'hora de sortir de la universitat per entrar a l'indústria dels videojocs com esta la situació per entrar al món de treball?

Jo crec que el panorama està bé perquè hi ha molta demanda. No és fàcil perquè hi ha una exigència molt alta, però està millor que fa uns anys perquè ja s'entén que han d'agafar becaris i becàries i els han de formar.

Ara el que s'està fent es crear com una mena de programes acceleradors, és a dir, entre el que l'empresa necessita i el que surt de la universitat sempre hi ha un forat, no només a videojocs a totes les carreres. A vegades són tan exigents i tenen tanta pressa que a vegades sembla que necessiten que la gent s'espavili més ràpid. S'estan començant a crear programes d'acceleració les mateixes empreses estan començant a enviar mentors i mentores a la universitat perquè es fiquin a la universitat i participin i segon, crear equips d'estudiants que se'n van durant uns mesos a treballar amb ells (això ho estem fent a ENTI amb Ubisoft).

A l'hora de finançar un videojoc quines opcions n'hi ha, tant per empreses petites com per una més gran?

Per finançar un videojoc primer, pots anar amb una incubadora a què t'ajudi amb tota la part que no saps, la part empresarial i t'ajuden a buscar calers. Per tant, l'ajuntament, la generalitat

et poden ajudar amb calers. La generalitat té com 3 línies diferents d'ajuts. N'hi ha maneres d'aconseguir els diners.

Després, està l'Estat a nivell ministerial n'hi ha las Ayudas del Videojuego. Justament, ara mateix, fa poc ha sortit un ajuda de vuit milions d'euros en paquets de fins a 120.000 euros. Això és perquè no n'hi hagi una gran que s'ho quedi tot, sinó que com a molt et poden donar 120 mil. Això vol dir que n'hi hauran moltes empreses del videojoc, moltíssimes que podran accedir a aquests calers.

A nivell europeu n'hi ha recerca, per exemple el programa Horizon, que és un clàssic. A on et poden arribar a donar fins a 4 milions d'euros. Ara estan sortint coses paradoxals que no havien passat en la vida que és que un programa Horizon de 3 o 4 milions d'euros els estiguin donant a videojocs. Per tant, dius ostres n'hi ha calers.

I després, evidentment hi ha tot el *publishing* que és el capital privat. El capital privat és gent que inverteix en videojocs i que te la trobes en els esdeveniments de videojocs. La gent ja sap on ara perquè ens entenguem. N'hi ha esdeveniments com Game Connection a França o online n'hi ha GamesCon que és a Colònia a Alemanya a l'estiu. On tu pots quadrar reunions i tu et pots asseure mitja hora a parlar amb un *publisher*. Quan es feia el Gamelab, també es motivaven aquestes reunions. IndieDayDev també està mirant de fer-ho.

A l'hora d'utilitzar plataformes per publicar videojocs, la gran majoria de jocs més indies solen utilitzar aquestes plataformes a diferencia d'anar directament a una play?

Sí, clarament. Abans n'hi ha altres com Itchio. Després has de tenir la sort que algun Publisher t'acompanyi per anar a la play. "A Tale of Paper" van guanyar el concurs Playstation talents del 2018, on Sony els va apadrinar i els ha acabat col·locant a la Play Store, el que passa sinó també és que et demanen exclusivitat o exclusivitat per un temps i llavors igual vols, igual no vols. Cada *publisher* té la seva història del que et deixa o no et deixa. Però, de normal, jo crec que Itchio, Steam perquè et pots gairebé auto-publicar i no t'ho posen complicat.

Entrevista amb Garage 15

Garage51 són un estudi de videojocs nascut de tres estudiants d'ENTI-UB al 2018. Actualment, el seu estudi ha anat creixent progressivament de personal i han treballat en dos videojocs: Demon Blade, un joc de mòbil amb estètiques nipones i Drum Rock, un joc de VR que esta apunt de sortir per PlayStation VR 2.



Imatge 2: Fotografia de l'equip de Garage 51. A l'esquerra podem trobar a Dani Sintas i a la dreta, al final, a en Joan Maurel. Font: <https://garage51.es/>

Per aquest treball hem entrevistat a Dani Sintas, CEO de l'estudi i co-fundador i a Joan Maurel, el primer artista a entrar al estudi.

- Entrevista a Dani Sintas

Com veu començar l'estudi?

Doncs mira vam començar que estàvem just acabant la carrera a ENTI i res, estàvem fent pràctiques a una empresa, un *start-up* de desenvolupament d'aplicacions i llavors n'hi havia com un departament de videojocs. Allà vam començar un projecte propi que en aquell moment es deia Projecte Dungeon; després es va esdevenir en "Demon Blade". Quan vam acabar la carrera i vam decidir separar-nos de l'empresa i muntar lo q a dia d'avui es Garage 51 i això va ser al 2018. Llavors vam començar els tres nois que estàvem allà el Marc, en Chin i jo.

Finalment, "Demon Blade" va començar a funcionar i donar els fruits, i ja està, doncs llavors fins ara més o menys hem anat fet. Ara estem amb un altre projecte que es "Drum Rock", el joc de VR i estem bastant contents, estem a punt de sortir per PlayStation VR 2. Ha costat moltíssim, just avui hem enviat totes les versions per aprovar i esperem que el 22 si no hi ha

cap daltabaix, poder sortir i creiem que si ho aconseguim podem tenir bastanta visibilitat que això per nosaltres és la vida.

Quan veu fer Demon Blade on ho veu publicar?

A PlayStore de Google, Google Play, i IOS. Què passa amb això? Que realment, ens ho va comentar un mentor, quan tens un únic client, no tens un client, tens un cap. I això és el que ens va passar. O sigui, bàsicament, nosaltres ho vam publicar a Google i realment, depeníem completament de Google. O sigui, una empresa multimilionària amb jocs que factures 20 milions al dia, una empresa d'un joc que no factura res – quan va sortir “Demon Blade” no facturava res – de 5 persones doncs bàsicament ningú ens feia cas, era una guerra. D'un dia per l'altre t'esborraven el joc i com que eres tan petit no et contestava ningú.

Era cada dos per tres teníem sustos d'aquests la veritat. Doncs avui Google ha canviat les notes i ja en lloc de tenir un 4,5 tenim un 3,8 i les descàrregues baixen de cop. I així va ser, la veritat, una guerra de trinxeres, a poc a poc, molt fotre'ns contra una paret fins que al final vam poder subsistir que no és fàcil la veritat. Aquí n'hi ha moltes empreses que no aguanten, és normal perquè és molt complicat.

Com ho compararies per exemple a l'experiència que heu tingut/esteu tenint ara per Drum Rock?

67

Molt més fàcil tot. O sigui, sempre poso l'exemple, quan vam començar amb “Demon Blade” vam està dos anys. “Demon Blade” té 2 milions de descarregues, està molt bé amb lo petitet que és. Però, ningú ens ha fet mai cap article a cap revista. Totes les publicitats que ens han ofert eren paguen morterades de diners que no podíem nosaltres assumir ni molt menys i barallant-nos amb SEO.

Vam fer “Drum Rock”, vam estar 4 mesos fent un prototip visual i vam enviar una nota de premsa. Doncs ens van contestar el 80% de les persones i ens van fer un vídeo. Llavors d'una cosa a una altra va fer ràbia perquè hem fet 4 mesos d'això i només perquè anem a un altre públic o és una cosa no tan mal vista, que no és mòbil, ja té més resposta. “Drum Rock” és un joc molt més petit, però que ha sigut molt més fàcil fer aquest tipus de màrqueting, de visibilitat.

A l'hora de finançar un projecte de videojocs, un estudi, quin es el panorama ara mateix aquí a Catalunya? El govern dona ajudes, t'has de finançar tu mateix...

Per una banda, quan comencem hi ha un préstec participatiu que et dona l'ICEC, que realment està molt bé, és un préstec que arriba fins al 120.000 o així – nosaltres no vam demanar tant- i l'has de tornar en cinc anys amb unes condicions que estan realment bé. Amb aquest préstec has de tenir una part de finançament privada.

Llavors, clar, jo aquí soc una persona que a nivell econòmic soc bastant liberalista, no m'agraden les subvencions, trobo que crec que no és el model per una indústria sana, però perquè després acaba passant que les empreses s'acostumen de viure de subvencions i no estan obligades a retornar-les i coses així i llavors es fa com una bola que no acaba de ser productiva per ningú.

Llavors, actualment el panorama a Catalunya per aquest tipus de subvencions i tal, jo trobo que... no hi ha tantes subvencions. Sí que hi ha gent que va vivint de subvencions que realment no ho sé com ho fan, perquè no hi ha tantes. Però sí que com estem a un govern, una economia bastant socialista, hi ha bastant reinversió a tema de petita empresa i ajuda al sector cultural i tal, però no trobo que sigui prou alta. Nosaltres per exemple, d'ajudes que no siguin menyspreables només hem tingut la del ICEC, al principi, que era un préstec que després vam tornar.

Que a mi això m'agrada, que sigui una cosa que t'obliguin a tornar perquè, per una banda, ajuda al fet que l'Administració no perdi diners, cosa que torbo licita i, per altra banda, t'obliga a apanyar-te i llavors vulguis o no, no tenir l'obligació de retornar els diners doncs fa no hagi de fer res i llavors si el joc no funciona doncs no passa res.

Si compares les subvencions que es donen al videojoc amb les que es donen al cinema és criminal, però han fet millor feina els reivindicatius de les subvencions del cinema o porten més temps picant terra, però tampoc és una cosa que crec que sigui un model a seguir.

Us va enganxar la pandèmia del covid-19? Com us va afectar? Que va passar?

Va ser un desastre, o sigui, nosaltres som un estudi – imagino que cada empresa deu tenir les seves manies – molt de treballar junts i sempre tot tot ho fem nosaltres i a casa es descansa, és com aquesta filosofia que tenim. Què va passar? Doncs que amb la Covid hi havia una primera part que era obligatòria que tothom estigues a casa i durant aquest període de temps la producció va caure en picat. No va caure perquè la gent no treballava, va caure perquè tot el que es feia s'havia de repetir perquè no tenia els estàndards que normalment tenia. O el procés de revisió de tota la feina que es feia era molt més feixuc. Aquest període va ser criminal.

Llavors quan vam poder tornar ja a la pseudonormalitat ho vam fer i res, actualment, hi ha moltes empreses que encara actuen amb teletreball, nosaltres no, zero, no ens funciona i seguirem amb això que vulguis o no quan estem buscant a gent ens diuen que si no hi ha teletreball no treballo, no vinc perquè no sé tal, doncs mala sort, em sap greu, però tampoc canviarem això.

A més la indústria del videojoc és una indústria d'entreteniment, quan va haver-hi la pandèmia l'entreteniment es va desaparar. Clar, això ho veuen les grans nosaltres que som petitets el que passa és que els costos d'adquisició de publicitat de "Demon Blade" es van desaparar perquè hi havia molt més consum. Llavors a nivell d'entreteniment això per nosaltres va ser horrible. També es veritat que tot el desenvolupament de videojoc des de la pandèmia, si tu mires lo que ha sortit i que va sortir durant la pandèmia s'ha rebaixat moltíssim els temps i la qualitat. O sigui, pandèmia el 2017 a nivell de videojocs comercials va ser un any màgic, tenim grans jocs impressionants, va haver-hi la pandèmia i durant la pandèmia fins aquest any que ve ara el 2023 hi ha hagut una séquia que ha sigut bastant gran. I crec que vulguis o no tot això que si es pot seguir treballant en un videojoc, però que tot i així ha afectat.

Quina relació hi ha a la ciutat de Barcelona amb la presència tant de grans majors com empreses petites o mitjanes?

69

Les empreses a Catalunya (segons el Llibre Blanc) el perfil d'empresa és empresa petiteta que dura mitjanament dos anys/tres anys i mig. Què ha passat ara? Que ha arribat les majors, no va bé això realment. Per una banda, si tothom diu que va molt bé i que queda molt bé, però també ens hauríem de plantejar perquè han vingut aquí. Pel bon temps? No, perquè contractar a gent sènior els hi costa un terç de què els hi costa a EEUU o a Noruega o a qualsevol altre lloc no ens enganyem, no venen aquí perquè hi ha talent, venen aquí perquè la gent es barata.

Què passa amb això? Que les empreses petites, tot i així no podem competir amb aquests sous o condicions que donen ells. A mi això em preocupa en part si i en part no. Perquè, per una banda, com que som, estem fent aquí un curs perquè els sèniors els fem nosaltres tots els que han vingut ara han començat sense tenir gaire idea només tenint moltes ganes, sí sabent molt de la seva disciplina, però tot el que els videojocs ho hem fet aquí, llavors clar tenim un perfil sènior molt potent, però perquè els hem estat aquí. Ens obliga a no dormir-nos i seguir millorant a nivell competitiu.

- *Entrevista a Joan Maurel*

Abans de començar a Garage 51 vas estar treballant algun altres estudi?

Jo vaig entrar aquí sent només il·lustradors i *concept artist*. Però anteriorment sí que havia fet treballs com a freelance d'il·lustració, per exemple, estant aquí també he fet algun encàrrec per alguna empresa que estava fent algun joc. Hi ha per exemple un de cartes que no ha sortit encara, però sobretot eren treballs 2D. Llavors, de videojoc, realment aquest és el primer.

Creus que la demanda d'artistes dintre del sector dels videojocs? Hi ha llocs de treball?

No sóc un expert en el tema ni molt menys, com a artista del sector, que també estic una mica alerta d'ofertes de feina que van sortint, gent del meu voltant que també treballa i tal. Veig que sí en aquests últims anys s'ha incrementat la demanda d'artistes sobretot més en l'apartat més tècnic, en *character art* però, que comparteixi també temes 3d, *rigging* que també es busca bastant perquè hi ha bastanta carència d'això. O tema de Unity, sistemes de partícules... és a dir, més que 2d i *concept artists*.

També és cert que s'ha incrementat la demanda d'això perquè han vingut moltes empreses noves a Barcelona i això d'alguna manera es nota i també incita que petits estudis doncs s'aventurin a fer també els seus jocs i tal, per tant, la oferta jo crec que ha crescut.

Creus que el sector del videojoc premia més un perfil més especialitzat o un perfil més generalista?

Aquí n'hi ha com dos vessants des de la meva perspectiva. Els estudis petits i les *start ups* pel que he pogut veure tant per mi com per gent que conec que està començant ara, sí que es premia el fet de ser més generalista perquè en ser tan pocs a l'equip com més rols puguis fer i més feina puguis *abarcar* millor. Igual a l'artista com el *game designer* també s'ha de posar a fer certes coses d'art. En els estudis grans, tinc entès que més val que si et dediques a *character art*, que t'especialitzis a *character art* i que ho sàpigues fer però molt bé. Tinc entès que premia més el fet que el que ho facis, ho facis molt bé.

Com us va afectar la pandèmia, a l'estudi?

Jo estava treballant aquí i era l'únic artista que hi havia i aquí constantment estem fent reunions i feedback perquè al ser tan pocs volem tenir les coses molt consolidades. Que passa que durant la covid-19, la comunicació – que sí que es pot treballar per *discord* – però no acaba de ser el mateix, els feedbacks a vegades poden ser mal interpretats. No és el mateix

que t'estigui dient en persona al costat que estiguen mirant els dos la mateixa cosa. La comunicació s'estanca molt més. Es va enquistar una mica en el nostre cas la feina. La producció va disminuir comparat amb com quan estem aquí.

Ara també és cert que perquè nosaltres anem molt a tope. Entenc que si hi ha empreses amb treballs més pausats, com doncs d'aquí a dues setmanes has de tenir aquests dos *assets* i el dimecres i el divendres fem revisió, jo entenc que hi hagi llocs on si hagi pogut funcionar bé.

Has treballat a artista a tots dos jocs fets per l'estudi, Demon Blade i Drum Rock. Com ha sigut de diferent l'experiència?

La percepció ha sigut bastant diferent, perquè "Demon Blade" vaig entrar i era el primer artista i tal, però ja estava com un a mica marcades les pautes que hi hauria, però clar llavors et trobes amb un canviària certes coses, però ja no es poden canviar i va ser una mica anem a tirar això endavant i anem a fer-ho el millor que puguem i era un panorama que teníem un temps de vida molt limitat. Si no facturem res a partir de per més que era proper hem de tancar i va ser posar-nos les piles moltíssim i va ser maco perquè veus com un joc de no facturar res el vas aixecant i es va convertint.

Llavors, "Drum Rock" va ser un panorama una mica diferent perquè el vam plantejar com un fem aquest joc sobretot com a mode d'aprenentatge perquè "Demon Blade" tenia un *pipeline* més arcaic diguem i volíem fer algo alguna cosa una miconeta més modern que tampoc fos un triple A, i a més un repte perquè era d'VR i ja no hi havia la pressió aquesta de què si va malament tanquem és un projecte que va ser relativament ràpid de fer i eren coses que no havíem tocat mai.

Entrevista amb Lince Works

Lince Works eren un estudi de videojocs format al 2014 i que desde llavors ha creat diferents videojocs dintre de la indústria. Van treure el primer joc al 2016, un videojoc de sigil anomenat “Aragami”. Desde llavors, van treure també un DLC d’aquest primer joc i una segona part, “Aragami 2” al 2021.



Imatge 3: Fotografia de l'equip de Lince Works. A la dreta, al fons, trobarem a la Georgina Campoy i en Xavi Jorba, i davant seu a primer fila en Pere Rius. Font: <https://linceworks.com/about/>

Per aquest treball, s’han entrevistat a Pere Rius COO i productor executiu de l’estudi, a Georgina Campoy, l’encarregada de màrqueting i comunicació de l’estudi i en Xavi Jorba el director tècnic de l’estudi i un dels programadors.

L’entrevista es va realitzar abans que Lince Works anuncies el seu tancament arran de problemes de finançament el dia 7 de març del 2023, via una publicació a les seves xarxes socials.

- Entrevista amb Pere Rius

Com es va crear Lince Works?

Doncs mira l'estudi es va crear al 2014, perquè el David, l'Alvaro i l'Edu en el màster de la Pompeu van acabar el projecte final de màster, el van penjar a Itchio. La gent s'ho va començar a descarregar, va tenir bastanta tirada, bastantes *reviews* bones, a Reddit en parlaven i tal. I es van animar a fer la versió per comercialitzar-la.

Es graduen a la segons meitat del 2013 i busquen 4 artistes perquè els artistes que hi havia al grup van decidir que no volien seguir. Que eren la Laura, el Marcia, jo i un que ja no treballa a Lince i al gener del 14 comencem d'alguna manera a transformar tot el que era el projecte

de final de màster que era un motor propi, que a més a més no podien utilitzar perquè els artistes tenien dret de propietat intel·lectual d'allò van preferir començar de 0. Fem un joc que en aquell moment es deia "Twin Souls Path of Shadows" i que al final s'acaba dient "Aragami". I que surt al cap de dos anys i mig de feina a l'octubre del 2016. Pel mig passem per diferents processos d'acceleració, vam estar a Barcelona Activa, a una acceleradora/incubadora d'empreses de videojocs. Llavors rebem diverses subvencions i préstecs de generalitat i Madrid per tirar endavant i finalment, Sony, Playstation Europe financia la segona meitat del projecte que ens faltava i llancem el joc al PC i en play4.

Llavors seguim treballant en el joc per fer les versions d'XBOX i de Switch mentre treballem també en una expansió que surt el 2018. I llavors, a partir del 18 és quan comencem a treballar en "Aragami 2". Llavors, al "Aragami 2", des que acabarem "Aragami 1", del 16 endavant van posar unes condicions ja de mercat normaltes i que d'alguna manera ja podíem guanyar-nos la vida fent videojocs. Llavors, també comencem a incorporar gent, comencem a créixer de 10 a 20, que hi arribem al 2020 ja. Llavors un inversor que fica una part de finançament i un altre cop ajudes de la Generalitat i tal, aconseguim acabar "Aragami 2" i el llancem al setembre del 2021, fa un any i mig.

Des de llavors, estem en època de molts canvis i tal i estem treballant en més d'un projecte que és un canvi important, abans era un sol projecte tot l'equip i ara hem separat una mica l'equip de disseny per tenir com dos nuclis de disseny que generin diferents idees i puguem treballar en més d'un projecte a la vegada. No en paral·lel, perquè això és molt complicat, però si ara tenim un dels dos projectes que està avançant no a un ritme molt alt perquè ens falta finançament, però sí que va caminant i, en canvi, l'altre està a la cua encara se'ns està encara soper embrionari i aquí estem.

Quina diferència hi ha entre desenvolupar un joc per diverses plataformes? Hi ha plataformes que demanen certa exclusivitat i algunes condicions concretes.

Nosaltres amb "Aragami 1", vam tenir una exclusivitat per part de Sony perquè van ficar diners. Llavors, el que ells d'alguna manera et demanaven era que durant 6 mesos el joc només podia estar a plataformes de PC i a Playstation, no podia està a qualsevol de les altres consoles i a partir del mes 7 ja podíem i llavors vam fer-ho. "Aragami 2" no hi ha hagut exclusivitat perquè ningú ha posat diners. Vull dir, cap de les plataformes amb una excepció és que nosaltres vam sortir a Game Pass de Microsoft i aquí sí que van posar uns diners, el joc a GamePass durant dos anys, però no hi havia exclusivitat. O sigui, hi havia exclusivitat

de 6 mesos en que no podia estar el joc a altres plataformes de subscripció, no podia estar a Stadia, a Luna a plataformes d'aquestes.

Llavors sí que té una sèrie de complicacions desenvolupar per més d'una plataforma a la vegada perquè has d'anar fent proves. Has de preparar el joc perquè funcioni a totes les plataformes, i això té d'alguna manera més complicacions. La part més de *backend* que s'entengui el joc amb la plataforma amb si i després també el tema de rendiment, memòria i tot això perquè clar cada consola és d'una manera a nivell d'arquitectura, de codi i de tot això. Clar llavors un joc que has desenvolupat d'una manera que l'has desenvolupat amb un PC molt potent el poses en una Play5 i va molt bé, però el poses en una Play4 i va a pedals i amb una Switch encara més. Llavors té aquesta sèrie de complicacions. I això, d'alguna manera és un problema afegit, és a dir.

Nosaltres si haguéssim fet el joc només per PC el desenvolupament hagués sigut menys complexa però clar a la vegada entrar al mercat en totes les plataformes és un avantatge a nivell comercial.

Ara mateix, a Catalunya a l'hora de crear un videojoc/començar un estudi, quines opcions n'hi ha? Hi ha subvencions? Capital privat?

És molt difícil, la veritat. Perquè hi ha moltes ganes de fer les coses bé i de que tothom tingui una oportunitat però falten diners. O sigui, la generalitat no té molts diners per invertir, Madrid sí que en té més, però en realitat són molt pocs comparats amb els que caldrien. És molt fàcil fer jocs hi ha molta gent que quan acaba els estudis doncs ens fem un estudi, nosaltres 4 o 5 que érem un grup de treball ara seguim junt i intentem fer una versió comercial. Clar, això passa moltíssim, llavors hi ha un *funnel* molt bèstia.

De la totalitat d'estudis i projectes que volen treure el cap als que realment acaben podent-se fer és molt bèstia. Clar, és un problema, al final entre cometes amb un *funnel* així haurien de sobreviure o néixer els millors jocs, i els que no son tan bons o no tenen mecàniques tan guays o no són tan interessants a nivell artístic quedar-se en el camí, la realitat es que no és així. És molt complicat, llavors moltes vegades passa que la gent comença a fer un projecte, se centra molt en aquella idea i a vegades aquesta idea és una idea que t'agrada a tu i no tens en compte a qui ha d'anar aquest joc, quina és la competència que hi ha al mercat, no es fa una mica de màrqueting, sinó avaluar el que hi ha al mercat, com ha de ser el meu producte i com pot entrar al mercat.

Hi ha molt pocs *publishers* comparats amb els estudis o els jocs que s'estan intentant comercialitzar. Potser un Publisher que comercialitza 5 o 10 jocs cada any rep 500 o 1000 projectes per vendre no? Clar que passa, hi ha *publishers* a més a més, que no financen jocs, només s'encarreguen de llavors tu has fet un joc que m'encanta, jo el venc i tu fas una part de la feina i jo l'altre. Llavors is vols que a més a més el *publisher* financí el desenvolupament, llavors ja hi ha uns quants *publishers* amb els que ja no parlaràs.

Hi ha un element que també és molt important que és que els *publishers* si és la primera vegada que estàs fent un joc, si no has acabat un joc, si no has comercialitzat un joc com a estudi, et mirem amb certa reticència. Sempre prefereixen un equip que hagi tingut èxit i a vegades èxit és a vegades només acabar un joc perquè és molt difícil a vegades encara que no hagi venut molt, haver-lo acabat.

Ara que estan arribant moltes majors a Barcelona com afecta a estudis més petits?

És una sensació agredolça, més dolça que agre sens dubte. Però també n'hi ha una part agra. La part dolça d'alguna manera és que mola molt que la teva ciutat, que a casa teva tinguis la sort que esdevé un lloc molt atractiu perquè les grans empreses que vinguin aquí. Llavors doncs es genera molta més indústria ve talent de fora, els estudiants d'aquí doncs tenen més llocs on anar, al final s'acaba masteritzant la indústria i el desenvolupament aquí.

La part agra, és que clar, estudis com nosaltres moltes vegades acabem sent una mica cantera per empreses grans. Posem unes pràctiques i comencen dos o 3 alumnes, perquè nosaltres sempre que fem pràctiques és per quedar-nos a la persona. Clar passa que tu inverteixes tot aquest temps i quan aquestes persones més joves ja agafen un ritme de desenvolupament interessant i de coneixements i unes, sobretot, capacitat per resoldre problemes del desenvolupament real, no del que ens trobàvem en la carrera. Se'n van perquè no li pots oferir més sou que altres empreses o no pots competir en projectes.

Com us va agafar la pandèmia? Com us va afectar?

Nosaltres vam tenir molta sort, perquè vam signar la inversió crec que 5 setmanes abans del confinament. Això va ser molta sort perquè va ser com assegurar com a mínim que el projecte el podies acabar a no ser que es lles molt fort. La segona gran avantatge és que va ser facilíssim. Avui agafem cadascun l'ordinador i a casa i ja tornarem. L'endemà ja estàvem treballant perquè al final tothom s'ho va instal·lar tot a casa.

El que va ser més fotut va ser que va començar de cop, però no va acabar en un moment determinat. Perquè com recomanaven estar el mínim possible en contacte com que després

va anar sortint una cosa molt guay de la indústria que és aquest format híbrid. O totalment remot, o híbrid o que i tal. Vam estar ben bé dos anys, un i mig, decidint una mica com resolien la cosa.

Va ser una sort poder-nos adaptar tan ràpidament al model de confinament, remot absolut que moltes indústries per desgràcia no van tenir res positiu durant la pandèmia. I després que clar, al veure com havia funcionat al remot absolut amb aquesta mentalitat oberta que vam tenir, parlant amb l'equip i tal vam arribar tots a la conclusió fent una enquesta i tot que volíem fer un format híbrid.

Quina és la situació de la escena catalana a nivell internacional? Creus que la indústria catalana de videojocs té o s'està fent un lloc internacionalment?

Sí. Jo crec que a Catalunya d'entrada que vinguin moltes empreses grans és un indicador de que hi ha indústria, de que s'estan fent bé les coses. Segurament l'àrea de Catalunya és un dels pols importants de videojocs a Europa. També hi ha Anglaterra, França, els països nòrdics, però clar dintre d'Espanya la zona de Catalunya és la més potent i dins d'Europa també ho és molt. A més a més, aquí hi ha molta formació molt talent, tot això fa que la indústria catalana vagi brillant cada cop més. Crec que falta diners perquè projectes interessants puguin arribar a tenir lloc al mercat, crec que falten diners perquè empreses que ja tenen un mínim bagatge puguin ser més ambicioses i fer projectes amb un *scope* més gran i clar passa que ara totes les empreses que estan podent anar cap a dalt solen ser perquè reben inversió estrangera.

Hi ha moltes empreses majors estrangeres que estan venint i inclús adquirint empreses de sempre d'aquí i passen a formar part d'un grup empresarial molt potent. A la vegada l'empresa o el capital de l'empresa deixa de ser catalana i passa a ser estrangera. Crec que per desgràcia encara falten jocs que siguin èxits bèstia a nivell internacional. Clar, un dels més bèsties que ha passat últimament ha sigut "Gris", i no estem parlant d'un joc triple A, estem parlant d'un joc modest a nivell de costos de producció de personal i tot això segurament però, en canvi, a nivell de qualitat artística no té res a envejar, potser "Invizimals" de Novarama també.

Per mi hi ha una cosa que falta molt, i és aquí no hi ha gent que inverteixi en videojocs. No hi ha inversors, no hi ha *publishers*, no hi ha una cultura de anem a fer un negoci invertint o comercialitzant videojocs. Tots els diners que venen, venen de fora.

- *Entrevista amb Gina Campoy*

Aquest es el primer estudi on has treballat? Has treballat abans el mon dels videojocs?

He fet com la ruta al revés perquè primer vaig començar treballant a Electronic Arts que és com molt, molt gran, llavors vaig passar a treballar a Coach Media que ara és PlayOn que porten molts estudis i publishers molt grans; vaig passar per allà per marketing, vaig tornar a EA i després vaig venir aquí. Així que realment no era la primera experiència. Si com a estar dins d'un estudi de desenvolupament pròpiament dit, però no dintre del món dels videojocs.

Quina diferencia hi ha a l'hora de treballar per una empresa gran o una petita dintre de la indústria dels videojocs?

En part vaig fer el canvi, perquè no és un canvi molt coherent, normalment la gent busca l'estabilitat i una empresa gran no et dona més estabilitat tal com està la cosa, no et garanteix res, però sí que és veritat que intentes anar de menys a més. Jo vaig fer el revés precisament perquè ostres arribes a EA a una de les empreses més grans de videojocs i dius i a partir d'aquí que, però a nivell personal – això depèn de cada persona clar – però a mi em motivava més ser part d'un equip més petit i poder participar activament en el desenvolupament d'un joc, en una estructura d'empresa més horitzontal que no en una gran multinacional que la teva feina és molt concreta, que no et deixen participar, et fan sentir part de l'empresa d'una altra manera; que és positiva es una forma de fer-ho en empreses tan grans, però a mi m'agrada més estar en el dia a dia, en les trinxeres.

77

Com us va enganxar la pandèmia?

Jo el 2020 estava treballant a una altra empresa i just vaig canviar i vaig venir aquí al juny del 2020, quan acaba del primer confinament. Em va enganxar una mica que sortíem ja de la fase com més dura, també és veritat que entrar de nou en un equip de la manera que es va fer perquè no treballàvem a l'oficina sinó que treballàvem cadascú des de casa perquè la cosa no estava ningú vacunat i era una fase molt perillosa. Va ser complicat perquè no és el mateix arribar a un lloc i conèixer a la gent en persona i que t'ensenyin tot d'una manera una mica més ordenada que no tu des de casa dient ostres acabo d'aterrar aquí, que està passant. Qui sou? Amb qui he de parlar?

Llavors, va ser personalment una mica complicat. Interessant, amb els anys ho recordaré com a una cosa curiosa i complicada. A nivell de desenvolupament, al 2020 ja estàvem més o menys a la fase final del joc que estàvem fent, “Aragami 2”. Jo vaig viure la part final, no sé

com va ser el canvi, la transició de treballar tots junts aquí de cop a estar tots a casa, la comunicació devia ressentir-se. Jo crec, suposo, que en el món dels videojocs no afecta tant, perquè realment pots fer la feina des de casa, però, sí que es va perdre una mica aquest contacte humà, la facilitat de quan estàs cara a cara amb algú de resoldre problemes, preguntes i a lo millor es van refredar certes relacions.

Com és el panorama del treballar la màrqueting i comunicació dins de la indústria dels videojocs?

En estudis molt grans o publishers grans, evidentment, és un departament que existeix, en estudis petits no és un departament que normalment es torbi. Es contracten serveis externs, demanda temporal per a quan llances un lloc, quan hi ha un acte especial del joc, però no tenen un departament dedicat explícitament. Llavors és complicat, perquè moltes empreses són d'altres països i evidentment has de ser nadiu angles i això ja et dona una mica d'embut i és difícil.

Crec que és de les feines amb menys percentatge d'ocupabilitat dintre de tots els departaments de la indústria. Així que clar, la competència és bastant. Hi pots entrar, hi ha l'opció però és del més complicat.

Que significa treballar al màrqueting i la comunicació d'un estudi? Quins processos has de seguir?

Sembla fàcil en un principi i després quan comences a posar-te a la feina, et van sortir cada cop més complicacions. Has de tenir en compte 1000 coses que no penses des d'un principi. Com s'enfoca? Lo interessant de tenir algú de comunicació i màrqueting dins d'un estudi és que ets molt flexible, perquè estàs molt al dia de lo que està passant. Llavors, algo tan simple com hi ha hagut aquest canvi i no arribem a aquesta data a llençar *l'update* o el que sigui, tu ja estàs al dia, ets molt flexible, et dona temps. No et ve de sorpresa, perquè com ja ho estàs visques, no és com ostres ara m'avisés? O sigui, ja ho vas tenir en compte llavors vas una mica a la par, és més fàcil que no a una empresa gran que de cop et trobes "no escolta que no traïem aquest dia" i tu et quedes com doncs tot el que he fet fins no ha servit, això sí que passa a les empreses grans però aquí no perquè estàs al dia de tot.

Per treure un videojoc que has de fer un estudi de mercat, has de veure sobretot si tens un estudi petit que tens més riscos, has de fer un estudi de mercat i veure a quina audiència vols anar i quins son els teus competidors. Llavors, a partir d'aquí, dius ostres doncs potser ficar-me en un joc multi jugador online que requereixi tenir actualitzacions de 3 mesos potser no

em surt a compte com a estudi petit perquè hi ha grans empreses fent-ho, però, en canvi, en un *nitxo* com és el cas dels jocs de sigil, ostres doncs potser aquí per aquest terreny sí que tinc alguna oportunitat. Llavors a partir d'aquí si es tira endavant ja més o menys t'has d'anar fent un full de ruta amb molt a grosso modo de quins seran els moments essencial del desenvolupament. En quin moment anunciaràs el joc, en quin moment podràs anunciar la data de llançament, juntament amb producció i a partir d'aquí vas fent una mica i vas una mica improvisant segons es van donant les coses a l'estudi.

- *Entrevista amb Xavi Jorba*

Abans d'aquí, ha treballat al món dels videojocs?

El 2000 i poc vaig fer el màster de programació de videojocs i vaig decidir muntar el meu estudi, en aquella època les coses eren molt diferents que ara. No havien facilitats a nivell de motor, Unity, Unreal el que sigui. La financiació era molt més complicat. L'escena de programació de videojocs espanyola era molt reduïda gairebé tot estava a Madrid i vaig tancar perquè no hi havia manera.

Vaig entrar al cap d'un temps a un projecte d'un estudi d'animació, fent una aplicació per l'Ipad per fer curts i això també va acabar sense financiació. D'això vaig saltar a una altra empresa on també era programador i vaig acabar també com a cap de programació. D'allà vaig saltar a un estudi que es deia Big Imagination Games, vaig estar un any i poc, allà sí que vaig entrar com a cap recomanat per un company que havia treballant amb mi.

Després, vaig saltar i l'única mala experiència que vaig tenir en el sector, un estudi molt petitó que volien un joc online massiu, lo típic de ho volem tot i avui això i demà una altra cosa i vaig acabar molt cremat i al poc temps vaig acabar aquí.

Segons el Llibre Blanc de la indústria Catalana dels videojocs el perfil que més es busca és el de programador. És la manera més fàcil d'entrar? Com es la situació?

El problema és que programador t'ha d'agradar. Programació, no dic que no tothom sàpiga programar, però, t'ha d'agradar. És possiblement el departament més frustrant, que això no vol dir que sigui dolent. Jo quan més *disfruto* és quan hi ha un problema i nos saps què fer. Ha de ser el teu perfil.

També has de tenir molt clar que llegeixes una *review* d'un joc i sempre som els que més rebem pals. És la feina normalment menys agràida, perquè si un combat és divertit, normalment és quin bon disseny, si és bonic els artistes i els programadors només se'n recorden quan alguna

cosa no va bé i potser no és cosa nostra. A mi, m'agrada més tota la part que ve a ser comunicació amb la consola, tot el que no es veu. El joc ha de guardar partida, la guardo i ningú sap per què.

Vosaltres amb l'”Aragami” i l'”Aragami 2”, els heu fet per diverses plataformes. Com és adaptar un joc diferents plataformes?

Al cap i a la fi, com treballem amb un motor d'Unity fer que funciona ja t'ho dona ell, si ho haguéssim fet tot manual s'hagués complicat més. Sí que el que has de fer com a programador es la part d'integració de totes les instruccions, de totes les eines. El “Aragami 2” era online, tot el tema de crear un *lobby*, i això sí que és específic de cada joc. A “Aragami 2”, la versió d'Steam, Windows 10, XBOX, GOG, Epic la vaig fer jo, l'única q no vaig fer va ser la play.

Llavors sí que has d'anar provant el joc i decidir doncs les ombres en aquest amb menys qualitat i tries el perfil de *settings* visuals. Amb “Aragami 2” teníem les escenes duplicades les d'una plataforma del rendiment PC, Xbox, Play i unes altres escenes lo més semblant possibles però per menys rendiment.

Creus que la indústria dels videojocs premia més un perfil més especialitzat o un més general on sàpigues fer un mica de tot?

80

Una empresa petita quan més general siguis millor. Aquí som 3 programadors i és el que hi ha, però si vas a una empresa molt gran tindràs un equip de 40 programadors i voldràs un programador per fer algo molt concret. En una empresa petita busques diversitat. Que tingui capacitats per qualsevol cosa. Sí que és veritat que no ets expert en res, però si et soluciona qualsevol problema i això també s'agraeix.

Creus que actualment, per finançar un videojoc o un estudi, hi ha suficients ajudes?

Falten. Jo crec que sempre en faltaran, els pressupostos son molt grans. I la subvenció publica no ho pot cobrir.

A Barcelona ara estan arribant moltes majors, com creus que afecta?

Depèn molt de la mentalitat, hi haurà molta gent que voldrà la estabilitat d'una empresa gran. Tu vas a treballar a Ubisoft a IO Interactive, i saps que una estabilitat la tindràs si ets més o menys bo. La empresa petita sempre temps la por. La empresa petita el que t'ofereix és que no ets un numero, treballes a un projecte un “Assassins Creed” i ets un número. Si que es veritat que atreu molt talent de fora.

Si que tinc clar que a mi m'agradaria estar en una empresa que comences petita, però que creixes, per mi seria com el món ideal.

Com us va afectar a vosaltres la pandèmia?

Nosaltres no vam tenir molts problemes, va ser d'un dia per l'altre i ens vam endur el PC. De cop i volta jo vaig tenir molta feina perquè qualsevol tenia un problema doncs recorria a mi i em tirava el dia resolent coses pel perfil que em tocava. Sí que vam tenir problemes, però els vam portar prou bé. Vulguis o no vulguis la indústria dels videojocs està molt relacionada amb la tecnologia.

Creus que l'escena catalana dels videojocs té o s'està fent un lloc a nivell internacional?

Jo crec que sí. El que comentava abans està venint molt estudi cap aquí, alguna cosa vol dir per molta costa i calor a l'estiu que hi faci, però tu no vas a un lloc només per això si no hi ha talent.

Entrevista amb Nómada Studios

Nomada Studios són un estudi de videojocs basat a Barcelona nascut al 2016 de la mà dels programadors Adrián Cuevas y Roger Mendoza i l'artista Conrad Roset. Desde llavors han tret “Gris” un videojoc de plataformes i puzles que vol portar al jugador a través d'una aventura emotiva seguint al personatge principal del mateix nom.



Per aquest treball s'ha entrevistat al fundador i programador Adrián Cuevas que ha parlat sobre la creació del estudi, el desenvolupament de “Gris” i com va ser publicar el videojoc i veure la resposta que va tenir.

*Imatge 4: Fotografia d'Adrián Cuevas feta per una entrevista realitzada per Gamereactor.
Enllaç:<https://www.gamereactor.es/video/412793/GRIS+Entrevista+a+Adrian+Cuevas/>*

– Entrevista a Adrián Cuevas

¿Cómo surgió el videojuego de Gris?

Todo surgió de una fiesta de despedida. Yo trabajaba en Ubisoft Barcelona y me tenía que ir a Montreal a ayudar en el Rainbow 6 en los últimos meses de desarrollo. Entonces hicimos como una pequeña fiesta de despedida antes de irme y, casualmente, saliendo por ahí nos juntamos con una amiga que celebraba su cumpleaños en un bar.

Yo estaba con Roger, porque es amigo mío de hace muchos años, estudiamos juntos y estábamos trabajando en Ubisoft y esta amiga mía conoce a Conrad Roset porque ella es ilustradora, fotógrafa y diseñadora gráfica. Entonces, ellos estaban celebrando por su lado, nosotros por el nuestro y al final juntamos un poco fiestas y amigos en común. Ahí es donde empezamos a hablar con Conrad y nos dijo que tenía la idea de hacer un videojuego, que siempre le habían gustado mucho los videojuegos, pero nunca había hecho nada. Y que tenía una idea de hacer un videojuego que empezase en blanco y negro, dibujado, así como a lápiz y que fueses recuperando colores en el mundo.

Esta era su idea básica. Nos hizo un dibujo en un papel. Yo la verdad es que cuando nos contaba esto, estas de fiesta en un bar y no te esperas que vaya a ningún lado y yo me fui a los 3 días a Canadá y me olvide del tema. Pero por suerte, mi amigo Roger siguió en contacto con él, a los 2 o 3 días me mandó un mensaje de “Oye, ¿estas realmente interesado en hacer

esto?” y los 4 o 5 meses que yo estuve fuera ellos fueron quedando y empezaron a hablar de como sería.

Por qué claro de la descripción a hacer un juego hay mucho, pero empezaron a hacer alguna pequeña prueba de a que juegos se asemejaría y tal. Cuando yo volví me dijeron que si me acordaba de esa noche que hablamos y que estaban pensando en hacerlo. Hacía mucho tiempo que tanto Roger como yo que somos programadores de profesión lo hablábamos, de algún día hacer ese paso, de montar tu propio estudio, tu propio proyecto, pero siempre nos ha faltado la habilidad artística porque somos programadores muy programadores, de los que no saben dibujar un círculo. Pero siempre habíamos tenido muchas ganas y era como la oportunidad perfecta.

Empezamos a quedar después del trabajo, los fines de semana y vas haciendo, pero realmente a los 2 o 3 meses nos dimos cuenta de que era imposible intentar hacer un proyecto de verdad mientras trabajabas 8-9 o 10 horas dentro de tu trabajo normal. Entonces a final de año, todos dejamos nuestro trabajo y empezamos a hacer el proyecto. Nos dimos un año para desarrollar un buen prototipo e intentar buscar a alguien y justito fuimos a la GamesCon y por suerte Devolver reaccionó muy bien. Hubo varios que estaban interesados, pero Devolver los teníamos con muy buena imagen, tienen mucha fama de ser muy buenos tratando a los *developers*. Claro, cuando mostraron interés dijimos adelante y entonces por suerte a finales de año pudimos montar la empresa, pero, realmente la empresa se montó para hacer Gris. No somos unos empresarios con ganas de montar una empresa, éramos unos chavales que querían hacer un videojuego y a partir de ahí se creo la empresa y el juego a funcionado y para delante.

Me has contado que fuisteis a la GamesCon i Devolver mostró interés. ¿Cómo fue el proceso para conseguir la financiación?

También es un poco fruto de suerte y también por supuesto mucho trabajo, pero también hay un poco de suerte yo creo. Nosotros estábamos haciendo un prototipo y no pensábamos ir a la GamesCon, pensamos realmente acabar el prototipo un par de meses más tarde y entonces intentar ir a ferias. Lo que paso es que mientras, teniendo a Conrad intentamos mover un poco las redes sociales y íbamos enseñando cositas. Y la gente como más o menos iba reaccionando y Conrad, sobre todo en España, tiene seguidores. Dio la casualidad de que le llamó la atención a una productora de Sony que nos contactó por Twitter y nos dijo que, si íbamos a la GamesCon y nosotros tuvimos que decir que sí, no nos quedaba otra. Entonces cortamos la demo que estábamos haciendo para asegurarnos que llegábamos a esa fecha y ya

de paso, nos pusimos a contactar con mucha más gente y gracias a eso fue que dijimos: acabamos la demo y la llevamos.

Nos sorprendió mucho que la gente nos recibió muy bien, incluso antes de conocernos. Sobre todo, las grandes, tenemos que decir que es sorprendente, tanto Electronic Arts como Microsoft, como Sony, todas las grandes nos recibieron super, super bien, eran muy majos, muy profesionales y había muchos indies y a todos los trataron bastante bien. Me quedé muy sorprendido. Y luego desde ahí entre los 5 o 6 que estuvieron más interesados, estuvimos haciendo varias presentaciones y al final Devolver era quien más nos llamaba la atención sobre todo a mi socio Roger que es un fan de Devolver. Lo tenía clarísimo que si había posibilidad era el número uno.

Es más largo de lo que pensábamos, porque desde que hay interés hay un proceso de documentos, más diseño, de preguntas, que es normal, sobre todo cuando es un estudio nuevo y al final tardaríamos unos 6 meses. Nosotros al final no hemos tenido que pedir ninguna ayuda ni cosas así, porque ya conseguimos firmar con Devolver todo el presupuesto del proyecto no hemos tenido que pedir nada más. Y desde entonces, como por suerte tenemos muy buena relación con ellos ha ido bien.

Entonces, ¿Cómo ha sido la experiencia de trabajar con Devolver? ¿Cuánto tiempo tardasteis desde que empezasteis hasta que salió el juego?

Pues nosotros, creo que estuvimos 7 meses haciendo el prototipo, una vez lo acabamos estuvimos como alrededor de 3 o 4 meses negociando hasta que firmamos y desde que firmamos empezamos a trabajar. Yo creo que pasaron casi 2 años de producción.

La idea inicial iba a ser un año y 10 meses y al final nos retrasamos 2 o 3 meses, pero tampoco fue un problema y lo vimos con bastante antelación y se lo pudimos decir a Devolver. Fueron casi 2 años de desarrollo. Tampoco hubo grandes retrasos, también es verdad que éramos un equipo muy pequeñito, sobre todo los 3 socios éramos los que hacíamos más horas y acabamos bastante cansados. Luego, aunque lo hacías con inversión de Devolver, tampoco tenías muchos recursos del proyecto y haces lo que puedes y tenemos mucha gente que nos ayudó con prácticas que la verdad es que nos salvó el culo por tema de animación porque como es animación tradicional requiere mucho trabajo. Entonces, te hace falta muchísima gente para hacer eso y siendo un estudio pequeño es difícil, pero por suerte aquí en Barcelona hay muchas universidades de ilustración, diseño que ofrecen muchas prácticas y a nosotros nos salvaron.

Luego, tenemos también de encontrar algunas piezas claves como Adrián Miguel Amador que ya había trabajado en videojuegos y le encanta la animación tradicional y es como el que nos dirige en los temas de animación. Luego, también algunos artistas que, gracias a Conrad, él podía conseguir a gente muy buena relativamente fácil porque encima era profesor en la joso y entonces cuando había algunos artistas como Abi que la conoció dándole clase teníamos suerte de tener algunos contactos por aquí y por allá. Y nosotros siendo de la industria sobre todo más contactos de programadores que nos podían echar una mano sobre todo a nivel de consejo, porque Roger y yo no sabemos de todo pero hay amigos que vienen un día y con lo que te digan ya te guían un poco para arreglar las cosas.

Pues eso, unos dos añitos con un equipo fijo de unas 7 personas más como 5 o 6 que fueron yendo y viniendo de prácticas.

Ya me has hablado de que tu y Roger habíais estado trabajando en Ubisoft. ¿Qué diferencias hay de trabajar en un estudio grande a tener vuestro propio estudio y hacer vuestro propio videojuego?

El salto es muy grande porque hemos pasado de trabajar como una persona más de un equipo gigante a no solo una empresa de equipo pequeño sino encima ser los leads; ser los jefes que dirigen el proyecto, entonces el salto es tremendo. Tanto Roger como yo nuestras experiencias han sido muy buenas en todas las empresas que hemos estado. Yo he estado en Ubisoft Montreal y BCN, iO Copenhague y Relentless Software en Brighton que, por ejemplo, es mediana 150 personas, iO éramos 150-200, pero claro Ubisoft Montreal éramos 3000 y Barcelona éramos otra vez pequeñitos. Ha habido un poco de todo, pero nuestra experiencia ha sido buena en todos lados. Siempre nos han tratado muy bien.

Si es verdad que las grandes, tu impacto es mucho menor y tu poder de decisión es pequeño y encima no eres un lead, eres una persona más. Si que, por ejemplo, en Ubisoft Montreal notabas mucho la gente que estábamos muy, muy motivados porque te van dando más responsabilidad y te dan tu propia parcela donde puedes hacer un poco lo que quieres, pero al final hay mucha jerarquía, muchos procesos y todo avanza mucho más lento. Se dan muchas vueltas, son inversiones millonarias que tienen que tomar un poco de menos riesgo, esto se nota. En nuestro lado, en lo indie, con un artista te puedes sentar a su lado a jugar al juego y le llega su *feedback* al que está al final, entonces puede influir mucho más en un juego pequeño que uno grande.

Lo demás muy contentos con la industria grande, también creo que hemos tenido suerte porque lo llevo pensando y oyes cosas de otros proyectos, otros estudios que no es tan bueno, de *crunch* y cosas así. Nosotros hicimos *crunch* en Ubisoft (tanto Montreal como Barcelona) pero más o menos hasta donde yo he querido y he podido. Aquí [en Nómada] claro, por supuesto, he hecho mucho más, pero era porque lo he decidido yo. Es mi proyecto y si hace falta que el último año de producción estuvimos creo que de los primeros 9 meses del año solo no trabajamos 5 días o 6 sobre todo Roger y yo y Conrad también, el año anterior. Y trabajamos todos los fines, todos los días, porque al final tienes que llegar. Si no hubiésemos sido los líderes. Por ejemplo, la gente no tuvo que hacer prácticamente *crunch* en “Gris” solo hubo 2 o 3 semanas que quien pudiera nos ayudara.

El hecho de que tienes muy poco poder de influencia en uno grande, es normal también.

Últimamente están llegando muchas majors a Barcelona, ¿cómo crees que afecta a la industria catalana de los videojuegos?

Lo bueno que tienes es que se crea un ecosistema increíble del videojuego en Barcelona que no había hace 15 años. Hace 15 años, había muy poca gente dedicándose a los videojuegos y estudiando y había pocos recursos. Entonces o tirabas de fuera que era carísimo o tenías que tirar con lo que hubiese, no había donde elegir. Lo bueno ahora es que hay muchísima gente dedicándose a los videojuegos, muchísimo *flow* de gente de un lado a otro, de una empresa a otra, gente que viene de fuera solo para ver si encuentra algo. No tienes que traerlos porque ya vienen a aquí. En ese sentido está muy bien.

Claro a la vez, han subido mucho los precios de la gente más sénior. Entonces la gente sénior cobra mucho dinero. En una empresa pequeña como que tienes que hacer una apuesta más firme por una o dos personas clave y los demás tienes que intentar tirar de gente menos sénior, con más potencial pero que tiene menos experiencia.

Es como muchas otras industrias, al final la gente viene a tu empresa por dos razones, una para aprender, que a veces tienes suerte y coges a alguien con mucho potencial y lo puedes tener durante mucho tiempo hasta que da el salto a cobrar mucho más que también es normal. Y también hay gente que igual está muy cansada de hacer lo mismo, que también pasa. Entonces aquí hay muchas empresas grandes que están todavía aterrizando sabiendo que quieren hacer y entonces pueden contratar a alguien y pagarle mucho dinero, pero igual dos o tres años y todavía no ha sacado un juego acaban cansados o si están haciendo 5 años

el mismo juego acaban diciendo: me voy 2 o 3 años a hacer un proyecto pequeño, aunque cobre un poco menos pero para refrescar las ganas de hacer juego. Esto también pasa.

Es mejor ahora que como estaba antes yo creo. Yo creo que es mejor que haya mucha afluencia porque también hay muchas más universidades de videojuegos, cursos, se está creando un *hub* que es bastante, bastante guay. Hay muchos más festivales, se puede hacer un *networking* gigante que antes no había, ha mejorado mucho en ese sentido.

Gris lo sacasteis para diversas plataformas y se encuentra en diversos sistemas actualmente. ¿Cómo fue desarrollar un juego para diversas plataformas?

De salida fue para Switch, PC y Mac. Nosotros cuando diseñamos el juego vimos que el mayor potencial jugador estaba en Switch, entonces claro, que pasa que Switch es a la vez la menos potente de toda la generación. Entonces, como ya lo hicimos desde bastante pronto la idea de vamos a sacarlo para Switch.

Hace más complicado el desarrollo para Switch, pero te facilita todo lo demás, porque como tu base ya es de un rendimiento mucho menor, luego sacarlo en cualquier otra cosa es mucho más fácil. A nivel técnico, no te lleva mucho trabajo.

Entonces claro, hubo unos meses que tardamos más en hacer eso, la parte de Switch, pero tampoco te creas que fue tan traumático. O sea, lo hicimos los programadores prácticamente todo. Si que hubo uno o dos meses más caóticos, de tenemos que hacer esto o esto, pero al final como es tu *target* tomas decisiones porque no te queda otra. Tienes que bajar la resolución o tienes que simplificar algo pues tienes que hacerlo, no te queda otra. Luego a partir de ahí cuando lo llevas a otra plataforma siempre puedes volver a subirle un poco la resolución, que es lo que hemos hecho con Playstation 4 o 5. Coges los *assets* que ya tenías, subes la resolución y se ve mejor y no hay que hacer prácticamente más. Entonces, sí que es difícil pero no tuvimos que hacer mucho más.

También es verdad que hicimos PC, Mac y Switch. Si sales en muchas más entonces sí que es un caos, no solo el desarrollo sino que luego hay un periodo de submisión de un juego que tienes que enviar el juego a que te lo certifique cada plataforma y te van buscando cosas, porque tienen una lista de requisitos específicos cada plataforma y si lo haces con muchas a la vez pues se vuelve bastante más agotador porque cada plataforma te pide sus cositas y reaccionar a todas ellas y entonces arreglarlo todo a tiempo para que pase certificación antes de que salga, puede ser más traumático. En nuestro caso solo lo hicimos con una porque PC no te hace esto, entonces fue bastante bien.

¿Os esperabais tener la recepción que tuvisteis al juego? ¿Y los premios?

Nos sorprendió un poco porque yo creo que cuando estas en tu burbuja haciéndolo y más un juego como “Gris” no sabes muy bien como lo va a recibir la gente. Porque era un juego que se movía mucho en el mundo casual, pero a la vez era *plataformeo* con puzles, no podías morir...

Claro nosotros queríamos que prácticamente cualquier persona pudiera jugarlo, aunque no se dedique a jugar videojuegos normalmente. Claro, eso tiene el riesgo que igual los que juegan a videojuegos que son los que van a ver tu juego rápidamente dicen que es demasiado fácil o no me interesa y a la vez, los otros dicen bueno pues es un videojuego y yo no juego a esto.

Entonces teníamos el medio de si nuestro juego tiene encaje en la industria, pero es lo que nos apetecía hacer. Entonces cuando salió y empezamos a ver unas críticas muy buenas en prensa que nos pusieron muy buenas notes y que la gente le hizo muy buena prensa y muy buenas *reviews*. Nos sorprendió bastante, nos esperábamos que fuera bien, pero nos sorprendió mucho y sobre todo los premios.

No esperábamos poder llegar a ese nivel de premios. Yo recuerdo por ejemplo que estábamos todavía acabando el juego y a mí me ha gustado siempre mucho el cine y la animación y conocía los Annie Awards que son como los Oscars de la animación. Pero claro, los ves como aquí va Pixar, va Disney y de videojuegos tienen una categoría y esta “God Of War”, “Spiderman”... Y para que te puedan nominar tienes que pagar una pequeña cuota y tienes que ser recomendado por un miembro de la ASIFA (Internacional Animated Film Association).

Yo cuando lo vi, decidí intentarlo, ni que sea que te nominen o te mencionen. Entonces hice todo el proceso de asociarme a la ASIFA y pagar la entrada y claro al final, fue un primer primero al que nos nominamos. Tuvimos que hacer la aplicación antes de sacar el juego y nada al mes de sacar el juego menos recibimos la noticia de que estábamos nominados para los Annie. Fue realmente como que subió la expectativa a las nubes, realmente podemos llegar a premios como este. Fuimos también a los BAFTA, a los Game Awards, a todos. Y era ese tipo de cosas que cuando lo vas a sacar no te lo imaginas. Yo sinceramente no imaginaba que pudiésemos estar luchando a ese nivel y la gente estaba muy contenta con el juego. Recibimos emails de la gente que le conmueve la historia que realmente era lo que queríamos. Era una historia que tu cuando lo juegas es muy metafórica para que tu reflejes

un poco tu historia en lo que tú crees que está pasando. Y realmente, funciono. Nos sorprendió porque nunca lo sabes si va a calar.

Sobre todo, el año después del desarrollo que estuvimos yendo a los premios y tal, y veías la cantidad de gente que le había gustado “Gris”. Había gente que se había disfrazado de Gris, se habían hecho un tatuaje de “Gris”. No te lo imaginas.

¿Cómo os afectó a vosotros la pandemia?

Nosotros cuando acabamos “Gris”, la empresa estaba hecha realmente solo para hacer “Gris”, no había una estructura. Todo el mundo sabía era que hacemos “Gris” y luego ya veremos lo que pasa porque no tenemos más dinero. Entonces cuando acabamos “Gris” paramos prácticamente todo casi un año. Porque estábamos muy cansados y tampoco sabíamos si iba a venir dinero del juego. Entonces hicimos un pequeño break, entonces cuando empezamos otra vez a arrancar teníamos posibilidad de diferentes proyectos y entonces llego la pandemia.

Realmente, nos pilló un poco arrancando entre proyectos entonces lo tomamos con calma, estábamos poquitos en la empresa a parte de los 3 socios, el animador, el artista principal y Borja. Estábamos poquitos como arrancando entre diferentes proyectos, no fue tan grave estamos todos en casa, estábamos haciendo pequeños prototipos, probando cosas. Básicamente era, íbamos lentos, empezamos a arrancar y cuando llego la pandemia volvimos a bajar. Queríamos acelerar un poquito y simplemente mantuvimos un poco el ralenti hasta ver que podía pasar y que hacer. Nos afectó relativamente, pero yo creo que donde más nos ha afectado más es en la forma de trabajar.

Nosotros éramos de estudio, todo el mundo en el estudio y ahora somos mixtos. Hay mucha gente que se va a trabajar a casa, algunos que van y vienen y algunos que están aquí. Esta es la parte en la que más nos ha afectado creo yo. Por suerte, no ha sido grave para nosotros, Gris iba muy bien, iba vendiendo, la pandemia al final hizo que mucha gente jugase a videojuegos y se vendió muy bien durante la pandemia y por suerte éramos pequeños y se siguió vendiendo y por suerte no nos afectó mucho.

¿Cuál crees que es el futuro de los videojuegos catalanes y la industria?

Me da la sensación de que poco a poco y si se siguen haciendo las cosas así, incluso mejor, porque creo que van mejorando. Barcelona se está convirtiendo rápidamente en una capital del videojuego europeo. Realmente creo que ahora cada vez más gente piensa en Barcelona a la hora de me quiero dedicar la industria del videojuego.

Que antes básicamente era igual Londres, igual alguna alemana como Frankfurt. Yo creo que ahora cada vez más la gente pone la mirada en Barcelona. Creo que hay cosas que se están haciendo bien desde las propias asociaciones, españolas, catalanes del videojuego porque se está promoviendo mucho se está haciendo mucha colaboración con la universidad. Aunque sea tonterías como conferencias, premios, creo que ayudan a la visibilidad del videojuego. Y en general, creo que también hay un movimiento bastante fuerte al menos desde Catalunya de intentar mostrar el videojuego como algo más que entretenimiento, como algo más como cultura, como arte. Que yo creo que es algo que hace falta. Es algo que es un paso que ya se dio en el cine hace 100 años y tenemos que hacer nosotros en el videojuego y ver que es algo más que simplemente entretenimiento. Que también lo es, pero que también puede ser más cosas. Es otra forma de expresión artística como muchas otras cosas, entonces yo creo que todo esto está pasando poco a poco.

El hecho de que otras empresas estén empezando a fijarse en Barcelona y tal, también está haciendo que los gobiernos se den más cuenta que aquí es una oportunidad y que Europa está yendo demasiado lento en esto. Y por suerte, creo que Barcelona se está dando cuenta y está intentando meter recursos para que se convierta en una de las capitales. Yo creo que en general, lo están haciendo bastante bien, poco a poco.

Entrevista amb Piccolo Studio

Piccolo Studio són un estudi de videojocs basat a Barcelona i creat al 2016. Tal com es descriuen en la seva pàgina web són un estudi en el que “*We say we don’t make videogames, we*



craft them”, una frase arran de la que es crea el seu logo amb una agulla i un fil. Desde llavors han llençat “*Arise: A Simple Story*” al 2019, un videojoc que va ser rebut amb èxit molt bé tant per la crítica com pels jugadors. El 23 de maig de 2023 han tret el seu segon joc “*After Us*”.

En aquest treball s’entrevista a Carla Sevillano, una *junior level designer* del estudi que explica la seva experiència com a estudiant i com va ser per ella entrar dintre del món dels videojocs i quina és la seva situació actual.

Imatge 5: Fotografia de Carla Sevillano, proporcionada per ella.

– Entrevista amb Carla Sevillano

Quin és el teu rol dintre del estudi?

Jo sóc dissenyadora de nivells. Vaig començar a l'estudi fa uns dos anys més o menys, just a l'acabar la carrera vaig fer pràctiques i vaig entrar aquí i molt bé la veritat. Porto dos anys i sóc junior però molt guay l'experiència.

Ha sigut aquest el primer estudi on has treballat? Havies estat a algun altre lloc?

Vaig fer pràctiques a HeroBeat Studios també i quan vaig acabar la carrera vaig veure que també ni hi havia manera de trobar feina per cap lloc i tal, i em vaig matricular a un curs extra per poder fer pràctiques extra i vaig tirar currículum aquí per fer pràctiques, perquè realment era dels estudis que més m'agradaven a nivell d'Espanya. A nivell laboral, sí que és la primera vegada que estic en una empresa, HeroBeat va ser pràctiques i aquí vaig començar a pràctiques i després ja em van contractar.

Creus que últimament ha anant millorant la transició de passar de ser estudiant a entrar al món laboral?

La veritat és que crec que no- O sigui, perquè si em posso a mirar una mica el cas de companys meus de la universitat i tot, hi ha molt poca gent que està treballant a la indústria

i crec que és perquè surten molt més estudiants que de les ofertes de treball que n'hi ha actualment al mercat aquí a Espanya i al final hi ha molta gent que s'acaba dedicant a una altra cosa i intenta, potser, fer projectes individuals per seguir fent portfoli però d'entrada d'empreses molt poca gent. De la meua classe, ja et dic, són poquíssims. Hi ha alguns que han emprès i han creat la seva pròpia empresa, però d'entrar a la indústria fent entrevistes i tot, molt poca gent.

Creus que n'hi ha suficients recursos o oportunitats per entrar al món laboral? Ja sigui per començar la teva start up o la teva empresa?

Crec que hi ha una mica de desconeixement sobre empenedoria. També crec que és veritat que hi ha molta gent que s'hi llença i no sap el que implica. Crec que falta una mica d'assessorament per aquesta part i realment, crec que la part d'start ups com seria la de GameBCN que són innovadores i tot això són bastant bones oportunitats perquè tens algú que t'està orientant i crec que això, que s'hauria de fer una mica més d'incís en aquestes incubadores que emprendre per tu mateix perquè al final surts amb l'experiència de la universitat i falten recursos per crea la teva pròpia empresa evidentment perquè no tens experiència.

A nivell de recursos de la Generalitat o incubadores, creus que hi ha suficient suport i ajudes com per crear el teu propi negoci o per assistir a empreses ja existents?

Crec que a nivell del que són incubadores i tal, crec que hi ha bastantes diferents pots triar aquí a Barcelona i conec a gent que hi ha estat. Per exemple, HeroBeat va començar en una incubadora i va funcionar. Crec que n'hi ha bastantes oportunitats, però n'hi ha un desconeixement sobre aquestes oportunitats. Hi ha molt poca gent que surt plantejant-se una incubadora. De fet, nosaltres quan vam acabar la carrera amb un dels meus companys que està aquí que vam fer el TFG junts vam voler continuar amb el TFG i ens van plantejar entrar una incubadora, però ens van dir que encara ens faltava experiència i va ser un vale, però acabem de sortir de la carrera i no trobem feina perquè demanen un nivell molt alt d'experiència com a *entry level*. No té sentit que et demanin tant temps d'experiència perquè la final era com un peix que es mossega la cua. Vull entrar a treballar, però em demanen més experiència, però a la vegada no puc treballar ni guanyar experiència, llavors com entro a treballar? Clar, vam dir incubadores i vam intentar entrar a GameBCN on ens van dir que ens faltava madurar la idea i que ens presentéssim l'any següent i era com "Que faig?"

Llavors jo vaig tirar per l'opció de tornar a fer pràctiques que és algo raro, o sigui tu ja has fet les teves pràctiques a la carrera. M'ho vaig buscar jo, no és que ningú em digués pots fer pràctiques després. Vaig buscar informació, jo mateixa perquè a mi ningú m'havia dit res, però jo podia haver pogut quedant-me un o dos anys tirant currículums i intentant buscar feina. De fet, el meu company va fer el mateix que jo, perquè li vaig dir que fes això i quan va entrar a fer pràctiques aquí el van agafar a ell també. Ens vam haver fer nosaltres el camí, perquè era molt desesperant. Era un bucle.

A vegades n'hi havia oportunitats, però eren oportunitats que realment no volies. Jo les veia i pensava "Jo no em vull dedicar a això" com per exemple a jocs de mòbil, perquè jo no jugo a jocs de mòbil. Llavors, en serio haig de triar una cosa que sí que obtindré experiència o per exemple per ser tester, que et demanen menys experiència que per ser *level designer* que com a mínim et demanen un joc publicat. La veritat és que sí que surts una mica perdut.

N'hi ha varies universitats de videojocs a Barcelona i es gradua molta gent, però no hi ha tants llocs de treball. Hi ha moltes empreses, però són molt petites i demanen a gent amb molta experiència. Són empreses *indies*, però són gent que porta anys current a la indústria i de cop volen fer els seus projectes i clar, no agafen juniors, perquè són pocs no tenen tants recursos, no són un Ubisoft. Llavors si haig de contractar a una persona doncs no agafaré a un junior.

Creus que es premia més perfil generalista o un especialitzat?

Crec que depèn de si és una empresa gran o una empresa petita. Quan és una empresa petita crec que sí que és veritat que busquen un perfil més generalista. Una programadora, però que pugui fer varies coses perquè al final no tens tanta gent i segurament tinguis diverses necessitats distintes de programació. Però en empreses grans sí que busquen gent més especialitzada jo crec. Però crec que en general per les ofertes de treball que jo he anat veient sí que és tot bastant general. Evidentment artista, programador, dissenyador, tester, però dins d'allà sí que he vist més ofertes fora d'aquí d'Espanya que sí que són més especialitzades, però aquí crec que és més general.

Has volgut fer sempre *level design*? Com vas acabar fent això?

No, jo vaig fer un cacao increïble. Primer vaig començar una enginyeria informàtica, però de cop vaig dir que no em veia fent això i al Saló d'Ensenyament va ser on vaig veure la possibilitat de fer videojocs. Vaig fer un cicle superior d'animació i art i quan vaig acabar el cicle vaig decidir fer la carrera tirant per la part de programació. Jo anava canviant de rol, no

ho tenia molt clar. Vaig estar fent de productora, programadora, dissenyadora narrativa... Anava canviant molt d'idea. Fins i tot, a tercer vaig pensar que volia estudiar psicologia.

Després vaig arribar a la conclusió que volia intentar ajuntar una mica el que venia sent el meu interès per la psicologia i els videojocs. Vaig pensar que podia tirar per disseny de nivell, disseny de puzles, disseny d'experiències. Però era com una branca que jo havia fet molt art i programació, però sobre disseny de nivells tenia només una assignatura en tota la carrera. Es notava que em faltava orientació dintre de la part de disseny de nivells i vaig aprofitar els treballs de la carrera per fer disseny, tot i que al ser grups tan petits tothom havia de fer una mica de tot. Total, quan vaig sortir de la carrera vaig buscar ofertes de *level design*, de *game design*, i vaig dir que si jo era dissenyadora de nivells ho havia de ser de jocs als que jo jugaria. Jo si m'haig de dedicar a alguna cosa ha de ser sobre un projecte que a mi realment sigui algo que em cridi l'atenció i que a mi m'agradaria perquè si jo no soc usuària de l'experiència que estic dissenyant llavors no tenia sentit per a mi. Jo tenia molt poques opcions al meu cap, tenia molt clar que volia treballar a Piccolo, Nomada o HeroBeat, però HeroBeat en aquell moment ja estaven tots complets. Al final vaig entrar aquí i estic creixent i desenvolupant les habilitats que m'agraden realment.

Que va fer que Piccolo fos una de les teves opcions?

94

Doncs perquè jo havia jugat a "Arise" i em va agradar molt. Jo ni sabia que era un estudi espanyol, n'hi ha tan pocs estudis diguem espanyols que fan aquest tipus de joc d'aventura més narrativa i tal, han començat a sortir més ara com Out Of the Blues i empreses així com HeroBeat, Nomada. Però n'hi havia molt poques opcions d'aquesta aventura narrativa emotiva i jo volia fer aquest tipus de joc. Ja m'estava fins i tot mirant anar fora. Jo volia fer o jocs d'aquest estil o volia fer jocs de por i no trobava aquí. Piccolo era la meva primera opció perquè vaig jugar a "Arise" i em va agradar moltíssim i és el tipus de joc que jo volia fer. Jo disfrutaria fent aquest tipus de joc perquè he disfrutat jugant-lo i quan me'l vaig acabar vaig dir: vaig aquí. Sobretot per això que et dic de la psicologia, la part de transmetre emocions i la psicologia de l'usuari em donava la sensació que podia tenir molta més màniga oberta en un tipus de projecte d'aquest estil.

Creus que la indústria catalana – i sobretot, els estudis *indies* – fan històries més emocionals i amb la voluntat de mostrar que el videojoc és més que entreteniment, sinó també cultura, art, etc.?

De fet, ja et dic, n'hi ha moltes exposicions a museus de tipus artístic que han inclòs un munt de videojocs catalans com "Arise", "Endling", "Gris"... També faran un d'arquitectura i també tindran en compte projectes catalans de videojocs. Totalment, la indústria catalana té una part molt artística a l'hora de fer videojocs que mola molt. Gairebé tots aquests estudis que fan aquest tipus de jocs estan aquí.

