

## ENTREVISTA A JOSÉ LUIS FEITO

*“Hay que enseñar que el Ocio Interactivo Digital también es un negocio”*

José Luis Feito, consejero delegado de Xperimenta Planet y The Crows, habla de la situación del Ocio Interactivo Digital, tras ser invitado por el Instituto Tecnológico de Informática (ITI) a uno de sus Desayunos Tecnológicos.

*¿Cómo ve el mercado del Ocio Interactivo Digital en España?*

Es evidente que está creciendo, lo que ocurre es que lo está haciendo de una manera un tanto anárquica porque en España no hay una industria firme. El crecimiento se basa en muchas pequeñas empresas, en personas muy creativas, muy válidas, que están haciendo un gran esfuerzo y, que no es que no tengan éxito, pero que tarde o temprano tendrán que salir fuera del país para poder desarrollar todo su potencial.

*¿De qué modo se podría cambiar esta situación?*

Tendría que haber un plan específico a nivel de gobierno nacional, que incluyera: industria y cultura, las dos ramas donde el Ocio Interactivo Digital encuentra su plataforma de entrada, y después, evidentemente, a nivel autonómico. El plan debería abarcar desde las ayudas para la creación de empresas hasta las ayudas para que nuestros genios no se nos vayan escapando poco a poco, para que se queden en España.

Existen altas expectativas respecto al videojuego español, pero estas se deberían basar en una industria bien argumentada.

*En este sentido, ¿qué puede hacer una entidad como el ITI?*

Lo que ha hecho hoy. Promover seminarios con profesionales, con personas interesadas en el medio, en el negocio, para que entre ellos se interrelacionen y se cree *networking*. Yo, en tan solo cinco minutos que he estado en la sala tomando un café, he sabido que aquí en Valencia hay una universidad relacionada con el videojuego -la formación es otra manera de estimular el videojuego-, que existen empresas de localización y doblaje en Valencia, firmas de 3D... El ITI puede unir a los distintos actores para que se generen sinergias de trabajo, sinergias empresariales y sinergias creativas.

*Ha destacado el papel de la docencia, usted también es docente. ¿Cómo ve la formación en España? ¿La oferta es suficiente? ¿Es excesiva respecto a la capacidad de absorción de la industria?*

Posiblemente no haga falta ampliar la oferta. De hecho, estos conocimientos se transmiten desde varias universidades, academias. Se dan másteres, cursos específicos de videojuegos. El problema es que todo esto provoca que las personas formadas tengan una necesidad perentoria de trabajar y no hay tantos empleos. Por ello, lo que habría que hacer no es solo enseñar a modelar o a desarrollar una animación, sino enseñar que esto también es un negocio. Puedes ser un magnífico creativo y no saber vender tu creatividad... Muchos terminan, realizan una animación estupenda y luego se preguntan: ¿Y ahora con esto qué hago? Es fundamental enseñarles que esto es un negocio y dónde está la pata de negocio, porque tristemente eso se enseña muy poco. Cuando acaban los estudios

no saben que un negocio supone generación de creación de empleo, generación de empresas... Es necesario que lo sepan.

**Solo hay que dar una rápida ojeada a la web de Xperimenta Planet para darse cuenta de que la oferta de servicios es prácticamente completa...**

¿Prácticamente? Que yo no me entere que se nos escapa alguno... [Bromea]

**Ahí quería llegar: ¿Considera que es este el modelo de negocio realmente válido? O, ¿este sector también presenta oportunidades atractivas para las pymes?**

Existen muchas maneras diferentes de hacer que el mundo del videojuego funcione bien. Hay magníficas empresas de servicios que no desarrollan proyectos completos, pero que sí pueden colaborar, y otras que incluso se convierten en socios de una parte del negocio, como es el caso de la empresa castellanense Nerlaska: que participa coproduciendo con nosotros la parte de programación. Es decir, hay empresas que deciden ofrecer sus servicios, pero además quieren participar del negocio. Esta fórmula lleva funcionando 100 años en el mundo del cine y debe funcionar exactamente igual en el del videojuego. Esto no es más que: yo hago una parte del trabajo, tú haces otra, realizamos algo importante y, al final, nos repartimos los resultados.

Casi todas las compañías que ofrecemos servicios tendemos a querer hacer nuestra propia producción para poder desarrollar nuestras ideas, nuestros proyectos, pero empezar haciendo servicios no me parece nada malo. Todo lo contrario. Considero que es algo muy positivo para después ir viendo cómo funciona el negocio, para después poder dar los pasos correspondientes.

Hay genios cuyos productos han funcionado muy bien en la red desde el principio, pero también hay empresas que empezaron ofreciendo servicios y ahora son grandes productoras. Opciones hay muchas.

**¿Y el dinero cómo se consigue? ¿Cómo se cambia la mentalidad del inversor?**

El dinero siempre tiene miedo, pero también es verdad que a veces el dinero se vuelve inteligente y se mueve dependiendo de donde esté el negocio. Quienes son listos van moviendo poco a poco su cara desde la construcción, por ejemplo, hacia nuevos desarrollos tecnológicos como pueden ser los videojuegos o las placas de energía solar. Hay muchas tecnologías.

Yo creo que está cambiando la sociedad, está cambiando la mentalidad del inversor. La gente quiere invertir su dinero en algo que sea seguro y a día de hoy, con la crisis mundial que vivimos, la seguridad no se puede garantizar en nada. Sin embargo, lo que sí que sabemos es que el Ocio Interactivo crece un 20% al año y lo demás decrece. Esto es una realidad.

Por tanto, insisto, como el dinero es miedoso pero también es listo, está girando hacia donde crece el negocio. Lo que antes era imposible, ahora está siendo más fácil.

**¿El Ocio Interactivo es un sector amplio? ¿Qué subsectores están potenciando este crecimiento?**

El videojuego, sin ninguna duda. El videojuego está haciendo crecer el Ocio Interactivo de una manera salvaje. Tanto el software como

el hardware. ¿Por qué? Porque es lo que tiene más cara y más ojos. Un programador, un analista de sistemas que está detrás generando negocio tiene menos visibilidad que un videojuego donde existe un personaje perfectamente animado, donde los paisajes son maravillosos. En definitiva, el videojuego une arte y visión.

No obstante, también hay otros negocios interactivos que funcionan muy bien y que poco a poco van a subir. Durante el debate del De-sayuno Tecnológico del ITI hemos hablado del *e-book*, de las páginas web interactivas, de la televisión interactiva... Pero sí, el videojuego es el líder.

**En España, el videojuego se sigue viendo como algo ligado al juego, al entretenimiento. Esta percepción está comenzando a cambiar gracias a la introducción de juegos didácticos, para ejercitar la memoria... Pero, ¿cuánto queda por hacer en este sentido? Porque, si el Ocio Interactivo ya se ha reconocido como un bien cultural, ¿debería adaptarse a lo que las leyes de bienes culturales exigen? O, ¿no tiene que tomar necesariamente ese camino?**

Sí, pero lo que ocurre es que somos una industria muy joven, y como toda industria joven no sabemos muy bien hacia dónde nos dirigimos. No es que se estén dando palos de ciego a nivel mundial, pero sí que cada día se descubre algo nuevo. Aunque es verdad que el videojuego educativo tiene mucho futuro, y no tanto como videojuego entendido como juego, sino simplemente como Educación.

**¿De todo el proceso qué destacaría como lo más importante para posicionarse en el mercado? De su conferencia podría pensarse que se trata de la marca, ¿quizá?**

Es mi punto de vista, sí. Para mí generar una marca es generar futuro. No solo en el mundo del videojuego. En general, en todo el ámbito audiovisual ese ha sido el truco. *La Guerra de las Galaxias* ha generado seis películas, y después: serie de animación, y después: serie de ficción, y después: *merchandising*, y después: videojuegos... Son muchos los ejemplos que están ahí.

**Y ya que habla de galaxias... Sin necesidad de irnos tan lejos, ¿cómo nos ven desde fuera?**

Tenemos una fama internacional muy buena, de gente cumplidora, de creativos extraordinarios. Pero como no hay industria y a la creatividad no le sigue la fama de grandes empresarios, pues lo aprovechan y nos quieren fuera.

**¿A qué países deberíamos mirar nosotros?**

Si debiéramos mirar a alguien, si pudiéramos, me gustaría que nos miráramos en la cara de los canadienses. Canadá es ahora mismo la joya de la corona para cualquier creativo, para cualquier diseñador, para cualquier animador y para cualquier programador de videojuegos. A través de este servicio el asociado puede dar de alta su empresa incluyendo la descripción de su actividad, los servicios e identificar el sector/subsector en el que desarrolla su actividad y las tecnologías que maneja y desarrolla.

La aplicación de las Tecnologías de Información y las Comunicaciones permite incrementar la competitividad e innovación de las empresas, habiendo pasado de ser un elemento diferenciador a una necesidad en cualquier empresa. Es por ello, que las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones constituyen un campo horizontal de aplicación en cualquier sector de actividad.