

TRABAJO EN LÍNEA. ANUALMENTE SE EXPORTAN UNOS 250 MILLONES DE DÓLARES EN SOFTWARE A MÁS DE 52 PAÍSES

Industria de videojuegos uruguayaya impone su calidad a nivel global

La pequeña industria de videojuegos de Uruguay **apuesta a superar las limitaciones** de un exiguo mercado local con productos de calidad, que en los últimos años se han insertado con éxito en el competitivo ámbito internacional, aseguran expertos.



Videojuegos para mercado interno

■ El Plan Ceibal, denominación local para el programa "Una computadora por niño" (OLPC, por sus siglas en inglés) iniciado en 2006, abrió un espacio para los videojuegos educativos que aparece como una opción clara para apostar al mercado interno, asegura un especialista del sector. Un ejemplo de ello es la empresa Trojan Chicken, formada en 2008 y que ha producido varios juegos para las laptops XO, como se conoce a las computadoras portátiles distribuidas por el gobierno en todo el país a los escolares. "El desafío es que todo se puede enseñar a través de un videojuego, ese es el concepto para arrancar a producir", señaló a la Afp Juan Pablo Pisón, integrante de Trojan Chicken.

"División especial de detectives", un juego que combina la aventura de los personajes con la búsqueda de conocimientos en áreas como historia, geografía, matemática y lengua, fue desarrollada por Trojan Chicken para las XO y desde su salida en 2010 ha tenido más de 350.000 descargas, que son gratuitas. El juego oficial del Bicentenario uruguayo, "1811", y "Los Cazaprobemas", un juego con ejercicios de matemáticas en el cual compiten escolares de todo el país, son otras de las exitosas creaciones de la empresa. Pisón explicó que el tiempo de elaboración de un videojuego es muy variado, depende de la tecnología y el programa que use. En el caso de los programas para XO, la producción se extiende entre 9 y 18 meses, indicó. Según Pisón, "hay muchísimo potencial pero todavía la producción uruguayaya de videojuegos está muy en pañales y todo el fuerte del negocio está mirando hacia el exterior".

Cada vez con más frecuencia videojuegos creados por estudios uruguayos llegan a posicionarse entre los primeros de las listas de venta; es así que en febrero de este año "Kingdom Rush", creado por el estudio Ironhide Game, se ubicó en el segundo lugar de ventas de descargas en Apple Store.

En junio el videojuego "Leyendas de Ooo: la reina del vacío", del estudio Powerful Robot y que está basado en la serie animada "La hora de la aventura" del canal de televisión Cartoon Network, se transformó en una de las cinco aplicaciones para iPhone más vendidas en Estados Unidos.

"Este año Powerful Robot cumple 10 años; cuando nosotros empezamos no había otras empresas, por eso soy muy optimista por-

que he visto el crecimiento que tuvo el sector. Sin embargo, comparado con otros lados, no estamos tan consolidados como deberíamos", dijo a la Afp Gonzalo Frasca, fundador de la empresa, catedrático y referente del rubro en Uruguay.

El mercado interno de Uruguay para los videojuegos es "casi inexistente" en volumen, lo que lleva a las "empresas a exportar casi todo lo que se hace en el país", según Frasca.

Debido al "encarecimiento de los costos de producción en Uruguay, la apuesta es a la calidad" en los productos que salgan a competir al mercado global, enfatizó.

La creciente accesibilidad a la tecnología necesaria para trabajar, las líneas de comunicación con el exterior, que en los últimos años se han simplificado, y

Trojan Chicken, un juego gratuito, para las XO desde su salida en 2010 ha tenido más de 350.000 descargas.

el desarrollo de la industria del software en Uruguay son vistos por los estudios como las principales causas del aumento de la producción nacional.

En los últimos años nuestro país, que cuenta con una población de unos 3,2 millones de habitantes, se transformó en el principal exportador de software per cápita de América Latina y tercero en volumen, según datos del

Ministerio de Industria, Energía y Minería.

Anualmente se exportan unos 250 millones de dólares en software a más de 52 países del mundo y parte de esos ingresos se generan por la colocación de videojuegos.

Para Álvaro Azofra, que en 2010 fundó Ironhide Game Studio junto a Pablo Realini y Gonzalo Sande, el proceso creativo que llevó a la producción de "Kingdom Rush" tuvo como uno de los principales lineamientos "crear un juego que fuera más accesible, que sea más simple y que para aprender a jugarlo no tengas que usar tantas cuentas y numeritos".

Se trata de un juego de "acción, defensa de torres y estrategia", señaló Azofra, quien confesó que si bien eran optimistas respecto a su producto, resultó "mejor de lo que esperábamos".