



Hace una década era una industria inexistente en la Argentina. **Hoy, sin embargo, cuenta con 65 compañías, que sufren el déficit de mano de obra calificada y buscan perfiles de los más variados e insólitos. Conozca este mundo por dentro**

Con la omnipresencia de la tecnología en la vida cotidiana, los videojuegos dejaron de ser sólo "una cosa de chicos" para colarse, cada vez más, en el mundo de los adultos.

¿Quién acaso alguna vez no dedicó unos minutos a "probar" alguno de los tantos juegos que ofrecen los celulares, sobre todos los smartphones, las páginas web, las redes sociales como Facebook o Google+, y las consolas como la Play Station?

Si usted lo hizo, seguramente el testeo se terminó convirtiendo en una distracción que duró más que un ratito.

Claro que pocos se habrán imaginado que, detrás de un "simple jueguito", conviven equipos multidisciplinarios de trabajo que incluyen "techies", jóvenes profesionales y hasta artistas de las más diversas ramas.

Quizás tampoco estén anoticiados de que muchas de las plataformas se desarrollan en la Argentina y que desde aquí se venden al mundo.

De hecho, según los datos que manejan en el sector, el 95% de los videojuegos

producidos localmente se exportan y es Estados Unidos el destino que ocupa el primer lugar a la hora de la demanda.

En la actualidad, según señalan desde Asociación de Desarrolladores de Videojuegos Argentina (ADVA), existen unas 65 empresas en todo el país - de las cuales un 85% empezó a operar desde el 2000- que le dan empleo a unas 3.000 personas.

Quienes integran las dotaciones de estas firmas tienen en promedio 27 años. Son, por lo tanto, representantes de la "Generación Y", lo que implica un gran desafío para las empresas a la hora de atraerlos y -sobre todo- retenerlos entre sus filas.

"En los últimos años, la industria de los videojuegos creció exponencialmente debido a la aparición de nuevas plataformas de distribución (smartphones, redes sociales y otros sistemas de distribución digital) que provocaron que los juegos digitales pasaran a ser un producto de consumo masivo", resaltan desde la asociación.

Y añaden que "desde entonces, las barreras tecnológicas de entrada a los grandes jugadores del mercado bajaron y es justamente la alta demanda de este tipo de juegos "casuales" la que está sosteniendo a los estudios y compañías locales."

A su vez, en ADVA destacan que el diferencial de las compañías argentinas pasa por la capacidad para generar videojuegos propios.

Según afirman desde la entidad, la industria local pasó de ser calificada como "software factory" -favorecido por el tipo de cambio desde 2002 a 2007- a ser considerada por su experiencia comprobada en el logro de productos terminados.

A nivel global, el líder indiscutido es Estados Unidos, seguido por Canadá y Japón, mientras que en Europa el podio lo conquistaron Alemania, Francia e Inglaterra.

La Argentina, en tanto, está muy rezagada en el tablero mundial, pero ocupa -junto con Brasil- el liderazgo en Latinoamérica en cuanto a los productos comercializados.

Y si bien el país aún no pudo llegar al desarrollo de juegos para consolas, se posiciona fuerte en el resto de las plataformas, sobre todo en lo que respecta al iPhone y a Facebook.

Ingenieros, pero también músicos

Consultado por iProfesional.com, Andrés Chilkowski, CEO de la firma NGD Studios y vocero de la asociación, remarca que hacer videojuegos es una actividad "multidisciplinaria" y que, por lo tanto, requiere perfiles de distinta naturaleza.

¿Quiénes participan de la aventura de realizar un videojuego? Diseñadores, artistas, ilustradores 2D y 3D, programadores, productores que coordinan los equipos, ingenieros, actores, sonidistas, guionistas, testers (los que los prueban para encontrar los errores) y músicos, entre otros.

Así, por ejemplo, dentro del área de Desarrollo de Vostu (fotos), empresa de juegos sociales que cuenta con oficinas en Buenos Aires, San Pablo y Nueva York, donde trabajan 550 personas, existen distintas especialidades: desarrolladores Java, action script y específicos para juegos mobile (es decir, para celulares).

Y dentro del área de Arte de la misma compañía se encuentran los directores de Arte, diseñadores, ilustradores, vectorizadores y coloristas. "Aquí, los perfiles y experiencias son más variados, ya que quienes trabajan en estos puestos vienen de los más diversos lugares: desde dibujantes de comics hasta ilustradores en casas de tatuajes", destaca Diego Jaimovich, responsable de Comunicaciones de Vostu.

Alrededor del mundo, más de 50 millones de personas disfrutan, por estos días, de las creaciones de la compañía. En su portfolio se destacan varios juegos para redes sociales como World Mysteries, GolMania, MegaCity, Café Mania, Rede do Crime, Pet Mania, MegaPoker, Mini Fazenda y el más reciente, CandyDash.

"Pertener a esta industria nos otorga un valor agregado a la hora de buscar postulantes. Que el resultado de tu trabajo sea un juego, que divierta y entretenga a la gente, es muy gratificante", asegura Jaimovich.

Otra compañía con fuerte presencia en la Argentina es Gameloft, que desarrolla tanto juegos "casuales" como de adventure, action, puzzle y trivias.

Hernán Cañizo, director Administrativo de Gameloft, cuenta a iProfesional.com que, en estos momentos, están en una nueva etapa de reorganización de la producción y en la consiguiente creación de nuevos equipos de trabajo, por lo que están buscando desde perfiles con experiencia previa en videojuegos hasta juniors a los que la compañía se encarga de capacitar.

En Gameloft, detalla Cañizo, "los equipos de trabajo están formados por programadores que se especializan en C++, HTML5, Java, PHP, combinando perfiles especializados en un lenguaje o con conocimientos más amplios de varios lenguajes."

Y destaca: "Los puestos que son una puerta abierta a la proyección de carrera son los de testers. Y esto es paradójico porque son perfiles que no requieren conocimientos técnicos, sino más bien, competencias específicas."

La posición "estrella"

Pero más allá de todos los profesionales y artistas que forman parte de la creación de un videojuego, hay una posición protagonista. Se trata de los game designers, las "estrellas" de cada uno de los proyectos.

"El de game designer es un rol que es específico de la industria. Son quienes crean los juegos. Es una actividad relativamente nueva y hay pocas carreras en el mundo que se especialicen en este tema", explica Chilkowski.

Y completa: "En la Argentina, la mayoría son autodidactas. Combinan el arte con el conocimiento técnico. Son una especie de artesanos tecnológicos."

Es, sin dudas, una tarea compleja porque se aprende a medida que se realiza. Y los pocos que hay en el mercado se han formado en la industria durante los últimos años.

Los game designers son, a su vez, los encargados de hacer un producto que sea divertido para un público determinado, por lo que suelen capacitarse y buscar referencias para poder llegar a los valores que el juego quiere transmitir.

La modalidad de trabajo en la industria es, en su gran mayoría, por proyectos. Y mientras la creación de uno de alta gama -para consolas- puede llevar de dos a cuatro años, los más casuales o pequeños muchas veces se desarrollan en cuestión de meses.

"Durante el desarrollo del juego no se necesita a la misma cantidad de gente. Las empresas van creciendo y achicando el staff según la etapa del proyecto en la cual se encuentren. Si bien una parte de la dotación es fija, también hay artistas y profesionales que prestan sus servicios por un determinado período y, antes de que termine el proyecto, empiezan a buscar otro trabajo para otro juego mejor", comenta el vocero de la asociación.

Sin embargo, dado el déficit de mano de obra calificada que sufre la industria, las compañías suelen trabajar muy fuerte con acciones que fomenten la pertenencia y la motivación de sus empleados, como en campañas de reclutamiento atractivas y novedosas.

"Entre los puestos de desarrollo es difícil encontrar perfiles senior, experimentados, ya que la industria de los videojuegos creció mucho en los últimos años. Hace una década era muy pequeña, casi inexistente en la Argentina", apunta, desde Vostu, Jaimovich.

Y Chilkowski remarca: "El problema actual es que hay pocos programadores y menos aún que sepan hacer videojuegos. Y si bien hay muchos artistas e ilustradores, hay pocos que conocen las técnicas y herramientas específicas que se requieren en nuestra industria. Además, pueden ser muy talentosos, pero muchas veces no tienen capacidad para expayar su arte a videojuegos de alta gama."

En cuanto a la formación académica, el vocero de ADVA hace hincapié en que, si bien las carreras universitarias son las mejores para desarrollar los conocimientos de programación, "no tocan el tema videojuegos ni de costado."

"Un Ingeniero en Sistema o un Licenciado en Ciencias de la Computación con seguridad no tiene idea de cómo es el núcleo típico de un videojuego porque durante la carrera, ni siquiera hacen aplicaciones en tiempo real, sino algoritmos", ejemplifica.

Por estos motivos, asegura el representante de ADVA, "los mejores programadores que tiene esta industria en su gran mayoría son autodidactas, gente que siempre estuvo interesada en videojuegos y pudo desarrollar su veta creativa en la programación."

Ante este déficit, en cuanto a la formación, a las compañías no les queda otra opción que ser muy agresivas en sus políticas de capacitación interna para lograr la especialización de los perfiles.

"La capacitación es crucial al momento que se ha incorporado como una extensión, por así decirlo, de la estrategia de búsqueda y selección. Es la otra cara de la moneda", dice Cañizo, desde Gameloft.

¿Y los salarios?

Según las distintas fuentes consultadas por iProfesional.com, a nivel mundial, la industria de los videojuegos paga salarios por debajo de otras que requieren el mismo tipo de

profesionales.

Así, por ejemplo, un artista 3D seguramente gane más trabajando en cine que en videojuegos y un programador en un banco obtenga una remuneración considerablemente más alta.

"Esto es así porque se trata de una industria con un alto nivel de riesgos. Uno de cada diez videojuegos paga el costo de los nueve que fracasaron. Por la movilidad y el riesgo, suelen ser lo más bajo posible, y las compañías apelan mucho a la vocación", explican desde la asociación.

Sin embargo, a modo de compensar este desfase salarial con el resto del mercado, las empresas suelen tener fuertes políticas de incentivos atados a los resultados de un videojuego y ofrecer un clima de trabajo relajado, flexibilidad horaria, estructuras horizontales, y beneficios que favorezcan el work-life balance.

Por Cecilia Novoa

[FUENTE:](#)