

ROBERTO YESTE | Directivo de Sony Iberia, que impulsa un semillero de videojuegos en Mieres

"Aquí hay talento para hacer contenido de videojuegos, pero no se sabe vender"

"La sede de Mieres facilitará la vida a los estudios que hay en la región, para que participen en el proceso de desarrollo desde su tierra"

Mieres del Camino,
Andrés VELASCO

Roberto Yeste es director de Relaciones Públicas y Esports, y director de Desarrollo de Negocio en Sony Interactive Entertainment Iberia, compañía que produce las consolas PlayStation. La firma acaba de firmar un acuerdo con la Sociedad para el Desarrollo de las Comarcas Mineras (Sodeco) para desarrollar un semillero de empresas de videojuegos en Mieres. Yeste detalla en esta entrevista los pormenores de la iniciativa y analiza el sector del videojuego y el entretenimiento.

—¿Cómo resume el proyecto que van a hacer en Mieres junto a Sodeco?

—Para el gran público tendríamos que lanzar dos mensajes. Por una parte está la alianza estratégica a la que hemos llegado con Sodeco para crear un plan de formación y educación basada en la creación de videojuegos o de contenidos de entretenimiento en general desde diferentes vertientes, desde la producción (arte, diseño...), a la programación y a la comercialización. Y desde un punto de vista de negocio, que es uno de los valores diferenciales del proyecto. Tenemos mucho talento que sabe hacer contenido, pero luego no saben venderlo. Son estudios jóvenes, a los que vamos a tratar de profesionalizar para que salgan lo mejor formado posible, tanto en la creación del contenido como en el proceso de venta. Esto se va a desarrollar durante todo el año.

—¿Y el otro área del proyecto?

—El segundo gran anuncio es que hemos convertido al Games Camp de Asturias en una sede oficial de nuestro programa PlayStation Talents. En este caso vamos a seleccionar, desde la próxima semana y hasta el 31 de diciembre, a los mejores estudios de creación locales y regionales que quieran participar para entrar en este espacio que tenemos con Sodeco para desarrollar un videojuego durante el próximo año. Nosotros nos encargaremos de ayudarles en todo el proceso de creación, de comercialización y de publicación de ese contenido a nivel mundial en PlayStation. Les daremos todas las



Roberto Yeste. | Iker Uncilla

herramientas a nivel de desarrollo y de marketing y comunicación, y de apoyo de una compañía como PlayStation.

—¿Cómo surgió la apuesta por un concejo como Mieres?

—Hay varios factores. Nos llegaron muchas candidaturas, desde estudios pequeños a estudios más grandes dentro del Principado de Asturias para participar en estos programas de "talents". Y el motivo de que no estén con nosotros no es un tema de concepto o de contenido, porque hay ideas muy buenas. Es un problema de flexibilidad y logística, ya que no disponían de la facilidad para acercarse a alguno de los otros seis Game Camps que tenemos. Lo que decidimos es abrir la sede de Mieres para facilitarles la vida, de forma que se puedan quedar en su tierra y participar en el proceso de desarrollo del videojuego.

—Hablaban durante la presentación de que es clave que los talentos se queden en su tierra y no tengan que salir fuera.

—Exacto. Ese es uno de los valores añadidos de nuestro proyecto de "talents". Facilitamos la vida a los estudios, porque lo que prima aquí es la idea y el contenido. Y cuanto más facilitemos y demos ayudas a estos equipos de desarro-

llo a nivel local, más cómodos van a trabajar. Y al final saldrán mejores contenidos. Y ese es nuestro objetivo, para que puedan trabajar en una compañía como PlayStation. Las barreras físicas no las hay con los medios que hay ahora y el proceso de desarrollo de contenidos de manera virtual.

—La industria del videojuego ha venido creciendo de forma exponencial en los últimos años. ¿Se ha convertido en un motor importante dentro de la economía?

—Totalmente. Pero no solo la parte del videojuego, sino todo el entretenimiento en general. Es uno de los sectores de la industria con más futuro a nivel mundial. Los estudiantes lo saben, que hay una vía profesional tremenda y no solamente con el desarrollo de videojuegos, sino también con contenidos de entretenimiento. Nosotros estamos encantados de poder darles más formación y más herramientas para que salgan lo más profesionalizados posibles.

—¿La forma de jugar y entretenerse ha cambiado?

—Alrededor de un videojuego se generan grandes comunidades y eso la gente lo sabe. Lo que tenemos es que ser conscientes de que no vale cualquier cosa en el merca-

do del videojuego: hay que hacer contenidos buenos, de calidad y, especialmente, entretenidos. Siempre buscamos cosas distintas en los contenidos que hacemos. Y hemos desarrollado más de 100 juegos en los últimos diez años. Creemos que es una de las bases del éxito de nuestro programa.

—¿Cuál sería el coste de sacar un título al mercado?

—Variaría mucho dependiendo del desarrollo. Nosotros en el programa de PlayStation Talents contextualizamos un poco el mundo del desarrollo. Lo que hacemos son creaciones que están en unos costes y tiempos que no son com-

parables a otros países a nivel mundial, y esa es una de las bases del éxito que tenemos. Lo que tratamos es de dimensionar bien los proyectos, porque luego esto se trata de vender. No nos podemos volver locos y hacer grandes creaciones que conlleven un montón de dinero porque luego las ventas son las que son. Nuestra filosofía es, con costes razonables y un tiempo de desarrollo también razonable, poder crear contenidos buenos para poder vender al máximo número de personas. Pero lo importante es el contenido y las mecánicas de juego, más que si cuesta dos millones, tres millones o 300.000 euros. Al final hemos demostrado que, a veces, menos es más.

—¿En el mundo de los videojuegos prima más la historia?

—La historia es clave y la parte de guion cada vez pesa más, pero sí tengo que decir algo: lo más importante es la jugabilidad. Ahora vamos a lanzar la nueva PlayStation 5, con el nuevo mando, en la que ofrecemos una sensación que no hemos ofrecido nunca. Creo que la jugabilidad y las mecánicas de juego, y la forma de interactuar con el contenido es lo esencial, por encima de la parte de guion o la gráfica, que también son muy importantes. Pero las mecánicas de juego diferencian a un contenido entretenido de un peñazo.

—¿Qué se necesita para ser creador de videojuegos?

—La clave es pensar en el día a día y en estar seguro de que tu contenido es una de las partes del futuro. Sin creértelo tú mismo, los proyectos no salen bien. Es un tema de motivación. Sin una parte de motivación, de seguridad y compromiso, el proyecto no saldrá. Luego las herramientas, los equipos o los recursos pueden ser mayores o menores, pero sin esa parte de autoconfianza, mal va el proyecto.

—Durante el confinamiento, las consolas sirvieron como un arma de socialización para que los más pequeños interactuasen.

—Los videojuegos no solo entretienen, sino que también educan y ayudan a tener habilidades sociales. Puedes aprender historia o arte. Por ejemplo, nosotros sacamos un título "Nubla", que hicimos con el museo Thyssen y en el que los propios cuadros son los escenarios del juego. Eso tiene un gran valor. El entretenimiento, en su justa medida, tiene que tener un control, y desde luego es una herramienta de aprendizaje.

—¿Creen que ahora hay menos piratería que antes?

—La gente está más conectada, y la parte de socialización y de jugar online cada vez está más presente. Eso con títulos piratas no lo puedes hacer, y los usuarios quieren estar conectados, por lo que apuestan por lo original. Ahora, además, con los contenidos digitales y la oferta que hay de diversos precios permite acceder a ello. Para tener una experiencia completa en PlayStation no puedes hacer ciertas cosas, y eso es lo que demandamos y pedimos a nuestra comunidad. Y está funcionando.

SE VENDE:

CAMIÓN RÍGIDO

3 EJES

CON GRÚA

CON TRABAJO FIJO EN ASTURIAS

Interesados enviar contacto a

marco@damiavallina.com