

Es necesario consolidar un gremio formal y fuerte, con referencias para tarifas y ayuda a la hora de negociar. Sería muy útil generar beneficios tributarios que incentiven la contratación de profesionales en estas áreas.

¿Qué papel podría jugar la academia para apoyar a las empresas de música y audio en el desarrollo de contenidos digitales?

Ella podría ayudar generando un puente con la industria, en el que los estudiantes, además de adquirir habilidades técnicas, tengan un conocimiento profundo del mercado y de cómo hacer rentable su profesión.

¿Qué tanto pesan los desarrollos de contenidos digitales en el portafolio de empresas como Quantica Music y otras similares?

Es decir, ¿cómo distribuyen esos desarrollos de música para animación y videojuegos versus otras formas de música que componen su línea de negocios?

En el momento, pesan poco pues casi no son rentables frente a otras líneas de negocio como el contenido para publicidad. La

mayoría de los desarrolladores tienen muy escaso presupuesto para el diseño de música y audio; por lo tanto contratan personas que apenas están comenzando y que manejan tarifas muy bajas. Sin embargo, muestra una capacidad importante de crecimiento a medida que la industria se consolide.

Aparte de haber sido proveedores de un servicio, ¿qué elementos de innovación o de investigación en su ramo aplicaron en el proyecto D.A.V.I.D como empresa socia y beneficiaria de los recursos de Colciencias?

Principalmente, el estudio técnico que nos permitió definir el rango de frecuencia

más apropiado a la hora de hacer diseños de audio y música para ser reproducida en los dispositivos móviles más usados. Igualmente, la investigación sobre las propuestas estéticas donde identificamos el tipo de sonidos y ritmos musicales más apetecidos por los usuarios.

¿En qué momento del desarrollo de un contenido digital prefieren ser contactados para participar en un proyecto de estos? ¿Por qué?

Idealmente, desde la conceptualización, ya que de esta forma podemos aportar desde la dimensión del audio al desarrollo general del proyecto. Nuestra perspectiva tiene la capacidad de enriquecerlo en su totalidad. ■

“Es necesario consolidar un gremio formal y fuerte, con referencias para tarifas y ayuda a la hora de negociar. Sería muy útil generar beneficios tributarios que incentiven la contratación de profesionales en estas áreas”.

El clúster, una cadena que debe crecer

Por octava vez en cinco años la academia, la industria y el Gobierno atendieron la convocatoria del Departamento de Ingeniería de Sistemas y Computación (DISC) para discutir sobre cómo fortalecer el sector de animación y videojuegos. Esta vez, mostraron el estado de esas empresas al cierre del proyecto D.A.V.I.D.

Hace menos de una década, un productor guatemalteco presentó en Colombia seis minutos de la producción de *Narnia* y el sector se percató de que incluso juntando todos los recursos de las empresas nacionales su capa-

cidad era insuficiente para acometer un proyecto similar, aunque fuera tan corto.

De ahí surgió la idea de desarrollar un proyecto integral de apoyo a la industria de contenidos digitales, incluyendo herramientas de software como MONO, nuevas metodologías de desarrollo como Papel

y Lápiz, un registro de utilidades para herramientas de software libre, nuevos programas y cursos de formación. En estas temáticas aún hay mucho camino por recorrer como se evidenció en el 8.º Foro de Contenidos Digitales organizado por el DISC de Uniandes el 26 de enero del 2016.

En el encuentro se concluyó que salvo varias compañías de posproducción, la mayoría de las que trabajan en desarrollo de animación y videojuegos aún se centra en proyectos individuales.

En el Foro también se mostró la experiencia de Efecto Studios como proveedor de servicios para el videojuego *ARK*, y se presentaron los resultados del proyecto D.A.V.I.D (ver págs. 5-23).

ARK, videojuego internacional con talento colombiano

Eivar Rojas, de Efecto Studios, relató lo que significa para esa compañía colombiana participar en *ARK*, un videojuego de la estadounidense Wildcard Studios, con 2.7 millones de jugadores en el mundo, cada uno de los cuales ha pagado en promedio 25 dólares. En los últimos ocho meses ha estado en la cima de ventas en la tienda Steam (especializada en videojuegos para PC).

El trabajo de los colombianos consistió en crear los ecosistemas de una isla de 20 km², las armas y las sillas de los dinosaurios (no ideó los dinosaurios, los personajes ni los efectos especiales) y continúa participando en los cambios constantes del juego bajo la dirección del equipo creativo de Wildcard cuya sede está en Seattle.

“Representamos las tres “bes”, bueno, bonito y barato —dijo Rojas—. No desarrollamos el juego, pero este éxito sí implica que Efecto Studios y Colombia quedamos muy bien ubicados porque demostramos que tenemos talento y capacidades de producción de alto nivel. Esto no se logra de la noche a la mañana”.

Resaltó que para proveer los servicios debieron seguir un plan detallado con documentación extensa acerca de las características y funcionamiento de los ecosistemas y demás componentes desarrollados. También aprendieron técnicas como *Physically Based Rendering* para crear los biomas en cuatro meses y otras para calcular materiales físicos reales. “Si antes nos demorábamos tres días fabricando un arma, ahora son nueve y hay más personas involucradas, pues, por ejemplo, en vez de pintar el desgaste de los materiales, lo producimos generando distintos

Eivar Rojas, de Efecto Studios, expuso la experiencia de su empresa como proveedor de servicios para *ARK*, uno de los videojuegos más exitosos de Occidente.



Foto: Jennifer Atehortúa Hernández

“Efecto Studios y Colombia quedamos muy bien ubicados porque demostramos que tenemos talento y capacidades de producción de alto nivel. Esto no se logra de la noche a la mañana”.

Eivar Rojas

tipos de texturizado, pero el efecto es más realista”.

El director de Efecto Studios también se refirió a la estrategia de la firma estadounidense para lanzar *ARK*, en la que destacó la contratación de *community managers* para que hicieran *streaming* del juego una semana antes de la publicación, con el fin de generar expectativa. Además, lo lanzaron el mismo día que la película *Jurassic Park* para aprovechar la relación temática con los dinosaurios, emplearon gráficos realistas y efectos especiales y sostienen una comu-

nicación constante con los usuarios para ir introduciendo nuevos contenidos.

Al final, Eivar Rojas respondió preguntas del público acerca de cómo hacer cotizaciones para los clientes en proyectos cuya línea de producción no es estándar y los reprocesos son frecuentes; consejos sobre modelos de negocio rentables y aprendizajes en su trasegar en contenidos digitales, entre otros aspectos. ■

Información completa en:
<https://sistemas.uniandes.edu.co/es/contenidos-digitales/foro-8>