

Contenidos digitales todavía no es una industria

El encuentro se cerró con un panel en el que representantes del sector hablaron de su situación actual y de la importancia de la colaboración academia-empresa-Estado. Foros ISIS recoge apartes de las intervenciones.



Foto: Jennifer Atehortúa Hernández

En el cierre del proyecto D.A.V.I.D, también hubo un panel para hablar del estado actual del sector de animación y videojuegos.

Diana Solórzano, del gremio de posproductores PostPopuli

Debemos unimos para sobrelivir como proveedores de servicios de posproducción. Usar MONO en el proyecto piloto nos permitió trabajar colaborativamente, estandarizar procesos, agilizar las tareas y administrar los proyectos de manera más profesional.

José Luis Orozco, líder de la estandarización de procesos en PostPopuli

El sector ha crecido en número de empresas, de emprendimientos y de artistas, pero necesita saltar a un mercado más grande y para ello debe avanzar en temas de produc-

ción, investigación y desarrollo. Debemos aprovechar la ventaja del código abierto de MONO para adaptarlo a los requerimientos particulares. Entre todos es más fácil empezar a caminar en este proceso.

Leonardo Lamprea, de Somos, ente que agrupa a productoras de animación y de videojuegos y a compañías que apoyan este ecosistema

Nos preocupa el impacto del alza del dólar en los insumos, debido a que dependemos de la tecnología, pero tenemos que aprovechar para exportar mejorando la competitividad con apoyo del Gobierno.

Fortalecernos implica que las empresas operen con planes estratégicos y que puedan crecer de manera orgánica con mayor contundencia.

El sector es muy pequeño y muchas veces, por estar pensando solo en la oportunidad del gran juego o de la gran película, se olvida de desarrollar otros productos. La Ruta N (iniciativa de Medellín) es un buen ejemplo de cómo podemos producir en función de necesidades de la salud o del ámbito financiero. No es conveniente depender solo de las convocatorias del Gobierno, pues este ha empezado a reducir los recursos y quienes solo les apuntan a ellas dejarán de existir.

Ricardo Arce presidente del capítulo colombiano de la Asociación de Filmes Animados (Asifa) y coordinador del área de Animación en la Universidad Jorge Tadeo Lozano

Los cinco puntos básicos en los que deben trabajar la academia, las empresas y el Estado son:

1. La academia y el sector productivo desconocen lo que hace el otro. No falta el profesor que dice “cuando salgan al mundo real” ignorando que el mundo de afuera no es más real ni más ficticio que el que deberían tratar en su cátedra. A su vez, las empresas esperan que el egresado tenga competencias muy específicas y olvidan que los pregrados son generalistas y que los muchachos apenas están conociendo el entorno. La formación debe darse en niveles técnico, tecnológico, profesional y de posgrado.
2. En Colombia la dependencia de los estímulos públicos es muy alta. Hay que pensar en estrategias y metodologías adicionales como las plataformas de coproducción y el entendimiento de la cadena de valor. Eso supone formar públicos fuertes en un país cuya tradición es más oral y auditiva que visual.
3. No existe industria, sino un sector en desarrollo y el reto es cómo convertirlo en industria.
4. Los distintos agentes hablan idiomas diferentes; hay que traducirlos para que se superen los problemas en el diálogo. Y entender que producción implica pensar en sostenibilidad, en continuidad.
5. Hay un campo, pero no una comunidad dentro de él. En Colombia hay muchos pioneros rodeados de otros que han hecho exactamente lo mismo, mientras que algunas personas han inventado productos y no lo saben. La comunidad permite saber en qué están los demás y encontrar pares para desarrollar trabajos conjuntos. Se deben crear espacios y actividades de encuentro, que muchas veces no son académicos ni empresariales.

Carlos Smith, de Asifa y Somos y director de Hierro Animación

“En Colombia la dependencia de los estímulos públicos es muy alta. Hay que pensar en estrategias y metodologías adicionales como las plataformas de coproducción y el entendimiento de la cadena de valor”.

Ricardo Arce

La academia no puede enseñar lo que enseña la industria ni viceversa, pero el vínculo debe ser más articulado. En Colombia, las empresas somos celosas de compartir las actividades, pero en lugar de hacerlo todo adentro, de controlar el proceso, nos conviene ser gestores de recursos y crear trabajo para los productores, los sonidistas, los diseñadores... con el fin de que todos tengamos de qué vivir.

Pablo Figueroa (en representación de la Asociación Internacional de Desarrolladores de Videojuegos-IGDA)

Hace tres años hicimos un sondeo y había 100 compañías registradas; ahora son 17. Lo que sucede es que están encontrando su nicho. En el futuro veremos muchas más empresas tratando de combinar servicios con desarrollo de sus propias propiedades intelectuales.

Carlos Rozo, de la gerencia de Apps.co del MinTIC

La industria de videojuegos mueve 95.000 millones de dólares, de los cuales Latinoamérica captura el 4 %. La oportunidad de crecimiento es gigantesca y necesitamos aprovecharla. Trabajamos con las asociaciones para entender qué puede beneficiar a las empresas creativas, cómo alcanzar la calidad para ser exportadores. Tenemos iniciativas como Colombia 3.0 para acercar la demanda externa al país y a la región; como los ViveLabs a nivel nacional, donde hay software y máquinas para capacitar talento sin que el costo de empezar sea prohibitivo; como las convocatorias Crea Digital para apoyar la creación de contenidos que les

ayuden a seguir siendo sostenibles y para ello deben entender lo que pide el mercado.

Julián Robledo, director del clúster de empresas de contenido digital de la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB)

Bogotá representa cerca del 75 % de las empresas de contenidos digitales y queremos que sea reconocida como el escenario más adecuado del país y de la región para ejecutar los proyectos en español porque reúne la oferta de talento, equipos y capacidad productiva. Por eso propiciamos los clústeres y, como facilitadores, con Proimágenes creamos el *Bogota Audiovisual Market (BAM)* que ya va en su séptima versión, donde se establecen contactos para su comercialización y distribución. Hace un año empezamos una iniciativa de clúster independiente para la industria musical cuyo ecosistema es diferente.

Estamos trabajando en la creación de un marco normativo de la mano de MinTIC, campo en el que comenzamos por entender el impacto de los tratados de libre comercio; como resultado produjimos 30 recomendaciones de política y acciones gubernamentales.

Además, ayudamos a fortalecer la estructura empresarial, pues las unidades de negocio son muy débiles y no garantizan estabilidad en el tiempo. Buscamos que el sector privado les ofrezca líneas de financiación porque si bien el riesgo de inversión es alto, es una oportunidad gigantesca si el juego es exitoso. Con las compañías creativas estamos construyendo estadísticas de cuál es su impacto económico en el PIB y en las exportaciones. ■