

Año LXXXIII. urtea

282 - 2022

Enero-abril

Urtarrila-apirila



# Príncipe de Viana

SEPARATA

---

## I Jornadas sobre Videojuegos y Creación Digital en Navarra

Ana HERRERA ISASI

---

# Sumario / Aurkibidea

## Príncipe de Viana

Año LXXXIII · n.º 282 · enero-abril de 2022  
LXXXIII. urtea · 282. zk. · 2022ko urtarrila-apirila

ÁNGEL EN EL RECUERDO. Homenaje al padre Ángel Martínez Baigorri, S. J. en el 50 aniversario de su fallecimiento (1971-2021) / ÁNGEL OROIMENEAN. Aita Ángel Martínez Baigorri S. J. hil zeneko 50. urteurrenean (1971-2021) Carlos Mata Induráin (coord./koord.)	
Presentación / Aurkezpena Carlos Mata Induráin	9
Evocaciones –antiguas y modernas– del padre Ángel Martínez Baigorri, S. J. Aita Ángel Martínez Baigorri S. J.ri buruzko oroitzapenak –zaharrak eta berriak–	21
Presencia de la poesía de Ángel Martínez Baigorri en la historia literaria de Navarra desde 1970 Consuelo Allué Villanueva	69
Ignacio Ellacuría y Ángel Martínez en diálogo epistolar José Argüello Lacayo	87
Una aproximación al poemario <i>Ángel en el País del Águila</i> (1954) de Ángel Martínez Baigorri: génesis, estructura y temas Carlos Mata Induráin	107
El fondo documental del padre Ángel Martínez Baigorri en el Archivo Contemporáneo de Navarra M.ª Teresa Sola Landa	147
LOS TRABAJOS Y LOS DÍAS DEL AÑO 2021 / 2021eko LANAK ETA EGUNAK	
Tesis doctorales sobre temática navarra de ciencias humanas, sociales y jurídicas, leídas en 2021 (Según la Base de datos Teseo del Ministerio de Educación)	169

# Sumario / Aurkibidea

<b>Nafar literaturak 2021ean zer ekarri duen euskaraz</b> Ángel Erro Jiménez	173
<b>Autores navarros en castellano, año 2021</b> Mikel Zuza Viniegra	177
<b>Una exposición temporal para una colección permanente</b> Mireya Martín Larumbe	181
<b>Con las botas puestas</b> Marga Gutiérrez Díez	189
<b>I Jornadas sobre Videojuegos y Creación Digital en Navarra</b> Ana Herrera Isasi	203
<b>Máster en «Prácticas artísticas y estudios culturales: cuerpo, afectos, territorio».</b> <b>Necesidad y deseo hechos realidad</b> Amaia Arriaga, Nerea de Diego	209
<b>Noticias sobre etnografía, folclore y cultura tradicional en 2021</b> David Mariezkurrena Iturmendi	217
<b>Discurso Premio Príncipe de Viana 2021</b> Teresa Catalán Sánchez	223
<b>Teresa Catalán</b> Alicia Ezker Calvo	227
<b>Currículums</b>	243
<b>Analytic Summary</b>	247
<b>Normas para la presentación de originales / Idazlanak aurkezteko arauak /</b> <b>Rules for the submission of originals</b>	249

# I Jornadas sobre Videojuegos y Creación Digital en Navarra

Ana Herrera Isasi

Jefa de la Sección de Proyectos Audiovisuales y Digitales

Gobierno de Navarra

[aherreri@navarra.es](mailto:aherreri@navarra.es)

DOI: <https://doi.org/10.35462/pv.282.12>

La Dirección General de Cultura / Institución Príncipe de Viana organizó el 21 y 22 de octubre de 2021 las I Jornadas sobre Videojuegos y Creación Digital en Navarra, que tuvieron lugar en el Centro de Arte Contemporáneo de Huarte / Huarteko Arte Garaikide Zentroa.

A las jornadas, destinadas a profesionales, estudiantes y artistas con interés en el videojuego y la creación digital, se inscribieron 84 personas. El objetivo de esta primera convocatoria era analizar la situación en la Comunidad Foral y propiciar el encuentro de sus profesionales. Se pretendía, además, que se convirtiera en una cita anual para un sector que cobra en Navarra cada vez más fuerza y que tiene su repercusión no solo en el ámbito cultural sino en otros como la educación o la salud. Para analizarlo y ponerlo en contexto, se contó con ponentes de primer nivel. Durante los dos días se presentaron también proyectos que se están llevando a cabo en Navarra en la actualidad.

La asistencia a las jornadas fue gratuita, previa inscripción en la web [culturanavarra.es](http://culturanavarra.es). Se retransmitieron también en *streaming* en directo a través del perfil de YouTube del Departamento de Cultura de Gobierno de Navarra, lo que permitió ampliar la audiencia al panorama nacional.

Para el programa, en cuya elaboración y diseño colaboraron tanto Creanavarra (Centro superior de diseño de Navarra) como CLAVNA (Cluster Audiovisual de Navarra), se pensó en ponentes con capacidad para trazar una panorámica general, que pudieran

ayudar a entender cuáles son las claves y los retos de futuro y en los que se combinara una visión teórica con otra más práctica.

El jueves 21 de octubre dieron comienzo las jornadas a las 16:00 h con la ponencia de Manuel González (responsable del programa de TVE Zoom Net) titulada «Cuando lo indie se hizo mainstream». A continuación, Pablo de la Nuez, *Managing Director* en Raiser Games, habló de «La realidad de la industria del videojuego en España: cómo financiar, publicar y comercializar con éxito tu juego». El último ponente de la jornada fue Emanuele Carisio, secretario técnico de la Asociación Desarrollo Español de Videojuegos (DEV), con su charla «Videojuegos y territorios: una apuesta ganadora».

Para finalizar la tarde del primer día de las jornadas, se realizó la presentación de tres proyectos navarros en curso: *Outer Ring* (Javier Larumbe, Nexxyo Labs), *Tzuki's Plan B* (Javier Pérez Estarriaga, Cokoon Games Lab) y *Emotional Films - Emotional Art* (Uxue Azkona y Carlos Fernández de Vigo, Dr. Platypus & Ms. Wombat, UPNA, UNAV, ADITECH y CREENA).

La jornada del viernes 22 de octubre contó con dos ponencias. La primera, «Videojuegos, tecnología y animación», fue a cargo de José Luis Farias, director de Weird y Next Lab. La segunda ponente fue Arantza Mariskal, responsable de Medialab Tabakalera, con su charla titulada «El videojuego en Tabakalera: desde Jolasean a T-Game».

A las 17:30 h del viernes se presentaron otros tres proyectos navarros: *One Last Breath* (Juan Carlos Maeztu y Eneko Zubiaurre, Creanavarra), *Ouiplay Gamificación* (Iñaki Huarte y Josu Rekalde, Ouiplay) y *Computación afectiva, cómo utilizar las emociones para mejorar la interacción con las máquinas* (Amalia Ortiz, UPNA).

Para finalizar las jornadas, se realizó la mesa redonda «Cómo potenciar la industria del videojuego en Navarra», moderada por Ana Herrera (Sección proyectos audiovisuales y digitales, Servicio de Acción Cultural, Gobierno de Navarra) y en la que intervinieron Arturo Monedero, por parte de la Asociación Española de Videojuegos (AEVI), Iker Ibero por Creanavarra y Carlos Fernández de Vigo en representación del Clúster Audiovisual de Navarra (CLAVNA).

**Manuel González**, responsable del programa de TVE Zoom Net, habló del potencial del videojuego *indie*, que ha traspasado las fronteras de un entorno alternativo para tener una difusión global, en su charla «Cuando lo indie se hizo mainstream». Zoom Net es un programa de cultura general, digital y de estilo de vida tecnológico que se emite semanalmente en el canal 24 horas de TVE. Manuel González es experto en formación tecnológica y creó en 2006 este programa de televisión dedicado al mundo de la tecnología, las tendencias y el mundo del videojuego. Desde esa experiencia, hizo una reflexión sobre los videojuegos *indies* y un recorrido retrospectivo sobre el programa.

La realidad del videojuego independiente en 2006 era muy diferente a la actual: «no es que no hubiera *indies*», señaló, «es que la palabra *indie* tampoco se había asentado en el mundo de los videojuegos. Conocíamos el cine y la música *indie*, pero en el mundo del videojuego el término no estaba tan asentado como hoy en día».

En su recorrido sobre la realidad del videojuego en España en los últimos quince años, Manuel González señaló «que estamos probablemente viviendo la época dorada real de los videojuegos. Es esperanzador lo que viene». Para él, los videojuegos independientes son sinónimo de innovación: «Cuando hago un reportaje sobre videojuego independiente, siempre termino sorprendido con el talento que tenemos en España».

**Pablo de la Nuez**, *Managing Director* en la empresa Raiser Games (empresa editora de videojuegos), hizo una revisión realista y pragmática de cada una de las fases necesarias para conseguir desarrollar, financiar, publicar y comercializar un videojuego. Su charla se tituló «La realidad de la industria en España: cómo financiar, publicar y comercializar con éxito tu juego». De la Nuez es un emprendedor y ejecutivo con más de veintidós años de experiencia en la producción y edición de videojuegos. Avalado por treinta y tres premios nacionales e internacionales, ha sido socio fundador de FX Interactive, y miembro del equipo directivo en Dinamic Multimedia y PlayGiga. Adicionalmente colabora con estudios de desarrollo y fondos de inversión, además de ser profesor y asiduo conferenciante en la industria de los videojuegos.

En su intervención, Pablo de la Nuez empezó situando la industria del videojuego, una industria absolutamente imparable, según sus palabras, en un contexto histórico. «Todo esto dio comienzo hace cincuenta años, y desde entonces no ha hecho más que crecer y ampliar los campos donde participa», señaló. En este medio siglo se han producido muchos hechos relevantes, pero en su opinión lo más importante es que no ha dejado de crecer de una manera exponencial. «Para finales de este año se estima que va a ser una industria que alcance una facturación de 176 billones de dólares, lo cual la convierte en la segunda industria de entretenimiento en el mundo después de la televisión», aseguró.

Lo asombroso, dijo, «es que en 2006, no hace tanto, esta industria estaba la cuarta por la cola con unos ocho billones de dólares. Esto da una imagen muy clara de lo imparable del proceso. Para el año 2023 se estima que llegará a los doscientos billones de dólares, con lo que el crecimiento es salvaje». «Obviamente», añadió, «cuando hay una industria con tantos atractivos y tal potencial de crecimiento, lo que ocurre es que hay mucha competencia».

La realidad de la industria en España es que el 61 % de empresas o estudios de desarrollo apenas llegan a una facturación de 200 000€ al año. «Es muy difícil competir si no tenemos estudios potentes, si no tenemos una industria consolidada», aseguró Pablo de la Nuez. Y apuntó la necesidad de contar con las instituciones, con el capital y los inversores, y la necesidad de tomar una serie de medidas que nos permitan llegar a constituir una industria suficientemente potente como para competir. «Porque», subrayó, «aunque estemos ubicados en España, la realidad de esta industria es que es global, no puede quedarse limitada exclusivamente a un territorio».

Para lograr esa mejora, Pablo de la Nuez lanzó varias recomendaciones: en primer lugar, señaló, es necesario hacer proyectos fiables; en segundo lugar, hay que contar con equipos estructurados, con una estructura sólida; en tercer lugar, es importantísima la financiación; y, en cuarto lugar, se debe conseguir visibilidad, «porque», afirmó, «aunque se tenga un gran proyecto, con un gran equipo y se tenga financiado, si no se es capaz de llevarlo al mercado y hacer que la gente lo vea (con la cantidad enorme de juegos que se lanzan cada día), es muy difícil que el comprador o el usuario pueda decidir optar por mi propuesta en vez de por otras».

**Emanuele Carisio**, tercer ponente de la jornada, dio las claves para entender qué es la industria de desarrollo de videojuegos y qué puede aportar a un territorio. Además, repasó las principales cifras de la industria española de desarrollo de videojuegos y su importancia desde múltiples puntos de vista, entre ellos: la cultura, la industria, la creación de empleo joven, la generación de propiedad intelectual y la aportación a otros sectores como educación o salud. Carisio es ingeniero de telecomunicación, consultor para industrias culturales y digitales, especializado en dirección de proyectos, desarrollo de negocio, relaciones institucionales, marketing y comunicación. Ha sido colaborador y asesor para diferentes asociaciones del sector de las tecnologías digitales, y actualmente es secretario técnico de DEV, Asociación Española de Empresas Productoras y Desarrolladoras de Videojuegos y Software de Entretenimiento.

Para abordar la realidad del videojuego en España, Emanuele Carisio señaló que las cifras son diferentes en función del enfoque. Cuando se habla de ventas de videojuegos y de consumidores, España arroja cifras elevadas, ya que es uno de los países más consumidores de videojuegos. Sin embargo, cuando se pone la mirada en la procedencia de los videojuegos que se consumen, se ve que a día de hoy se consume casi exclusivamente videojuegos extranjeros. «Si vamos a ver los tops de ventas, los videojuegos españoles casi no aparecen. Y eso se repite en casi todos los mercados salvo algunas excepciones puntuales», señaló.

En cuanto a la consideración del videojuego como una industria cultural, no tiene ninguna duda. Recordó hitos importantes, como el reconocimiento de la Comisión de Cultura del Congreso, que establece que el videojuego «constituye un ámbito fundamental de la creación de Industria Cultural de España».

«El videojuego es cultura de la misma manera que lo es una película. No existen videojuegos que son culturales y otros que no lo son, como ocurre con el cine. Es una expresión cultural y artística», señaló.

En el ámbito de las políticas culturales públicas, «todo el mundo está de acuerdo», afirmó, «en que España tiene que posicionarse en el mundo como potencia audiovisual y dentro de eso está el videojuego, al igual que el cine y la animación. De hecho, así se ha plasmado en el reciente Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia».

Entre las tipologías de videojuegos están los llamados «videojuegos serios», o *serious games*. Una de cada tres empresas españolas de videojuegos hace *serious games*,

señaló Carisisio. «Quizá no está bien pensada la palabra, pero lo que se quiere decir con ella es que no busca un fin lúdico exclusivamente. Muestran, por ejemplo, cómo aprender un proceso, motivar a las personas a llegar a un objetivo, ayudar en la formación, en la simulación, en los procesos empresariales». En su opinión, este es un campo interesante de colaboración entre las empresas y las instituciones. «Cuando se hacen proyectos de videojuegos serios, se suele contar con empresas locales, y así se hace industria», señaló.

Finalmente, el secretario técnico de DEV señaló la importancia de tener una industria del videojuego en el territorio: «contribuye a construir la educación del futuro, a revolucionarla. Hacer *serious games* culturales, sirve para aprender más sobre nuestra cultura o para incentivar el turismo, por lo que es muy importante».

**José Luis Farias**, en la ponencia «Videojuegos, tecnología y animación», analizó la relación de estos tres conceptos y describió algunos casos prácticos como los que se muestran los eventos de Weird Market o Next Lab, en los que las sinergias dan lugar a proyectos más potentes y sólidos. Farias es CEO de la productora audiovisual Paramotion Films, dedicada al cine de animación, la organización de eventos, la postproducción digital y la formación audiovisual, desde el año 2003. Creador y director de Weird Market, Mercado Internacional de Animación, Videojuegos y New Media (Segovia, España) y de los Premios Quirino de la Animación Iberoamericana, recientemente ha creado una nueva iniciativa que conecta arte y tecnología en la industria de animación y los contenidos digitales: Next Lab.

Weird Market, explicó José Luis Farias, es un evento que se realiza desde hace ya trece años, y es el punto de encuentro de la industria de animación, videojuegos y nuevas tecnologías. Surgió precisamente con esa sinergia: «Nos llamaron locos por hacer un evento que a la vez tuviese a la gente de animación y de videojuegos juntos. Nosotros desde el primer momento hemos creído en esta palabra tan manida que es ‘sinergia’ y la entendemos como esas habitaciones que están juntas y separadas a la vez porque los profesionales tienen sus particularidades entre un mundo y otro, pero al mismo tiempo tienen muchas conexiones. Y esas conexiones hay que forzarlas en algunas ocasiones para que surjan cosas».

En su exposición, Farias habló de los nuevos territorios que se abren en el futuro inmediato, en relación a los nuevos entornos virtuales, a cómo los humanos nos relacionamos con la máquina: «El *hype* del momento es el tema de *metahumanos*, de cómo podemos generar nuestro avatar de forma realista para meterlo en los videojuegos», afirmó. Pero ya se está en el siguiente paso: «El tema ya no es meterlo en los videojuegos, es meterlo en los *metaversos*. Este es el futuro realmente, es lo que está pasando». ¿Y qué es un *metaverso*? José Luis Farias lo definió así: «Es como un videojuego enorme, tú te vas a meter en ese mundo virtual, que a efectos prácticos es lo que ya viene haciendo Fortnite o Roblox. Son videojuegos que han subido ya a otra categoría: es un mundo muy abierto donde pasan cosas. No solamente estás matando, que tiene esa parte, o construyendo cosas, sino que están pasando cosas, como organizar un concierto con veintisiete millones de asistentes». «Para hacer todo eso, se necesita», señaló Farias,

«gente que sepa programar, que sepa de motores, pero sobre todo hacen falta muchos creativos y creativas, porque hay que contar historias. Es *storytelling* al fin al cabo».

**Arantza Mariscal**, por su parte, tituló su ponencia «El videojuego en Tabakalera: desde Jolasean a T-Game» y relató la presencia del videojuego en esta institución vasca. Mariscal puso en marcha y dirigió (1990-2009) Xenpelar Dokumentazio Zentroa para incorporarse seguidamente al equipo de Tabakalera. Desde 2009 a 2020 ha sido responsable de Ubik, biblioteca de creación de Tabakalera. Actualmente es la responsable de Medialab Tabakalera, proyecto surgido a partir de la fusión de Ubik e Hirikilabs (laboratorio ciudadano).

En su presentación, explicó la narrativa que ha utilizado Tabakalera estos últimos años para definir el videojuego y la creación digital, e hizo un recorrido de lo que ha ocurrido en su centro «con, sobre y desde el videojuego». Desde los comienzos de la mediateca de Tabakalera, señaló, «tuvimos muy claro que el videojuego era un elemento indiscutible de una institución como esta, que debía estar allí de manera tan natural como el libro o el cine». Para ello encargaron una propuesta a expertos en la materia, que señalaron la importancia de fomentar la participación y el acceso al videojuego de toda la ciudadanía, prestando especial atención a quienes son más reticentes o están menos interesados. Se hablaba también de la necesidad de hacer un esfuerzo por encontrar, recopilar, conservar, dar visibilidad y acceso a la producción local, entendiendo por local la zona de influencia de Tabakalera. Otro objetivo era tratar de que los usuarios y usuarias se interesaran por otro tipo de tendencias más allá de los *bestsellers*, como pueden ser los videojuegos independientes, los artísticos y los amateurs.

A partir de esa propuesta, en Ubik decidieron sacar adelante dos proyectos: mapear el videojuego y hacer la historia del videojuego vasco. El mapeo se plasmó en el proyecto Minimap, una base de datos en la que se recogen los videojuegos creados en el País Vasco y Navarra. «Es un proyecto colaborativo al que nosotras hemos seguido dedicando una media jornada todas las semanas durante todo este tiempo», señaló Arantza Mariscal. «Ahí tenemos recogidos videojuegos desde el año 1985 hasta el 2021. Tenemos información de 444 videojuegos en esta base de datos, que es trilingüe. De estos 444, 121 están creados o traducidos al euskera. El proyecto tiene vocación cooperativa y, más allá de los videojuegos comerciales, recoge algunos de ámbito local o creados en encuentros (como Euskal Encounters), en diferentes *jams*, etc. Con el tiempo el criterio geográfico lo hemos ido extendiendo, y podemos recoger incluso videojuegos vascos creados en América».

Medialab Tabakalera es una biblioteca diferente a la mayoría: «es una biblioteca con ruido, en la que lo se fomenta es la experimentación, la creación, unido a nuestras líneas temáticas que con el pensamiento y la cultura contemporánea. En ese sentido el videojuego se ha incorporado de manera natural en nuestro día y día y está presente en diferentes líneas de servicios», señaló Mariscal.