



## **Ubisoft: Los videojuegos son un modo de conocerte a ti mismo**

Tras más de treinta años en la industria del ocio digital, Yves Guillemot, presidente de Ubisoft, aseguró que conserva la pasión por un mundo y un negocio que siguen transformándose año tras año y defendió el impacto positivo que pueden tener los videojuegos.

«Creo que es fantástico porque cuando juegas videojuegos puedes estar con todos tus amigos, puedes estar con tu familia, incluso si están viajando por el mundo o si viven en sitios diferentes cuando se hacen mayores. Este tipo de vínculo social es una manera de continuar sintiendo emociones con toda la gente que conociste o con quienes jugabas cuando estabas en clase», argumentó.

«Pero por encima de todo, lo que creo es que los videojuegos son un modo de experimentar cosas nuevas y de conocerte a ti mismo. Hay abundantes ejemplos que recibimos todo el rato de las fantásticas experiencias que muchos jugadores han tenido o tuvieron con juegos que les ayudaron a ser ellos mismos», afirmó.

Guillemot (Carentoir, Francia, 1960) participa estos días al frente de Ubisoft en la E3, la feria de videojuegos más importante del mundo y que cerrará este viernes sus puertas en el Centro de Convenciones de Los Ángeles (EE.UU.).

La desarrolladora francesa, que fundó junto a sus hermanos en los años 80, se presentó en la E3 con apetitosas novedades como «Watch Dogs: Legion», una aventura distópica con un Londres bajo la tiranía; o «Gods & Monsters», que promete una odisea ambientada en la mitología griega.

Ser una de las compañías de videojuegos más originales y aplaudidas, gracias a tremendas sagas como «Assassin's Creed», les ha llevado a tener unos seguidores muy apasionados.

Pero este cariño por Ubisoft también se puede convertir en críticas o decepción, como cuando los rumores de un nuevo «Splinter Cell» no se confirmaron este año.

Guillemot admitió que es algo «complejo» y que «no siempre se puede contentar a todo el mundo».

«Intentamos asegurar que hacemos lo correcto para nuestros jugadores, y sabemos de vez en cuando que no están felices, pero nuestra intención está ahí», indicó.

Conocido por ser un tipo espontáneo y cercano, especialmente si se compara con algunos perfiles más encorsetados de su industria, Guillemot es optimista, incluso como veterano de los videojuegos, sobre «un mercado que está cambiando todo el tiempo».

«Hay muchas interrupciones cada año así que es realmente interesante estar en el mismo negocio pero con muchos desafíos que hacen que se sienta siempre fresco», opinó.

Concretamente, Ubisoft se mostró muy partidaria del «streaming» (emisión en línea) aplicado a los videojuegos, una tecnología en la que está colaborando con Google y su servicio Stadia y en la que también ha movido ficha Microsoft con Project xCloud.

«Es muy interesante porque podemos poner juegos de 'triple A' (el equivalente de las superproducciones cinematográficas en los videojuegos) en más máquinas, en más pantallas», dijo.

«Usando el 'streaming' podemos hacer eso y solo tenemos que asegurarnos de que la interfaz es buena. Pero puedes jugar un 'triple A' en tu consola y, cuando estás fuera, continuar en tu móvil o, si vas a otra casa, seguir en una televisión 4K», expuso.

La nueva generación de consolas es otro punto que ha aparecido constantemente en la E3, especialmente después de que Microsoft anunciara aquí que su nuevo dispositivo de gama alta, Project Scarlett, llegará al mercado en las Navidades de 2020.

Esta consola se enfrentará a la heredera de PlayStation 4 que prepara Sony, compañía que no acudió este año a la feria.

Guillemot contó que han participado como consultores puntuales en el desarrollo de estas consolas y dijo estar «muy feliz» con lo que ha visto y las posibilidades creativas y tecnológicas que se pueden abrir.

«Queremos revolucionar la industria así que (queremos que) cada máquina sea extremadamente potente y nos dé la oportunidad de crear mundos que sean muy diversos con muchos sistemas que estén entrelazados», explicó.

Por último, el ejecutivo francés habló del estado general de una mastodónica industria que en 2018 generó 134.900 millones de dólares (119.000 millones de euros) y que cada vez tiene más lazos con otras parcelas del entretenimiento como el cine, la televisión o la música.

«Creo que ahora tenemos más respeto social y también que más gente de la que habla sobre juegos ha jugado juegos durante mucho tiempo. Así que es su generación. Estamos en un punto en el que vemos que la gente entiende muy bien lo que los videojuegos pueden aportar y esto es solo el comienzo», finalizó.