

VIDEOJUEGOS, UNA NUEVA MINA PARA HOLLYWOOD

LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA ESTRECHA RELACIONES CADA VEZ MÁS FUERTES CON EL MUNDO DE LOS VIDEOJUEGOS: ADEMÁS DE NUMEROSAS ADAPTACIONES YA LANZADAS O EN PRODUCCIÓN, GRANDES COMPAÑÍAS COMO DISNEY INVIERTEN MILES DE MILLONES EN EMPRESAS DE DESARROLLO. ESTOS SON LOS MOTIVOS DETRÁS DE ESTE CAMBIO Y LO QUE NOS ESPERA EN EL FUTURO

por Cristiano Bolla





Desde la izquierda, en sentido horario, la animación *Super Mario Bros.: La película*, estrenada en 2023, ha registrado una recaudación de más de 1.300 millones de dólares en todo el mundo; el famoso videojuego *Minecraft*, del cual se hará una película con Jason Momoa que se estrenará en 2025; *Sonic 2*, lanzada en 2022, ha recaudado 405 millones de dólares en la taquilla mundial

ño tras año, el mundo de los videojuegos ha crecido de forma desmesurada. Según las últimas estimaciones, en 2023 el mercado alcanzó un volumen de negocio de 248 mil millones de dólares y se prevé que para 2030 pueda llegar a los 664 mil millones. Cifras que no pasan desapercibidas para los grandes estudios cinematográficos, ansiosos a moverse hacia donde está el mercado. No es casualidad que desde hace tiempo muchas grandes compañías tengan una división dedicada al mundo de los videojuegos, mientras que otras como Disney se están poniendo en marcha ahora para recuperar terreno e insertarse en esta carrera por el oro. Un fervor que en el ámbito audiovisual ha destacado en estos años con el lanzamiento en los cines de varias adaptaciones de éxito (entre las últimas, *Super Mario Bros*), junto a otros grandes títulos ya en fase de producción. Todo ello gracias a que actualmente el gran público es altamente receptivo al universo de los videojuegos, ya omnipresente en las vidas de las nuevas (y viejas) generaciones, que, con mayor o menor entusiasmo, se han sumergido en este medio.

LA GRAN INVERSIÓN DE DISNEY

En febrero de 2024, Disney movió su ficha y, tratándose del conglomerado que controla la mayor parte del imaginario ci-

nematográfico mundial, solo podía ser de manera espectacular. La Casa de Mickey Mouse ha invertido 1,5 mil millones de dólares para comprar participaciones de Epic Games, una empresa estadounidense desarrolladora del motor gráfico Unreal Engine y productora de uno de los juegos más populares del mundo, *Fortnite*. Precisamente este juego de disparos en tercera persona es el principal motivo por el que el coloso mundial ha lanzado una colaboración plurianual destinada a crear un nuevo universo de juegos y entretenimiento que pueda expandir las historias y experiencias de la *major*. Al parecer, todo comenzó con un encuentro a finales de 2022 entre el CEO Bob Iger (recién regresado al timón del grupo) y los responsables de las divisiones Parks and Experience y Games: «Me mostraron las tendencias demográficas – declaró Iger a los analistas de Wall Street – Cuando vi que la Generación Z y Alpha, pero también los Millennials, dedican la misma cantidad de horas al audiovisual que a los videojuegos, fue sorprendente. Así que teníamos que ir allí, lo antes posible y de la mejor manera». Lo que sucedió es que el relevo generacional en el público coincidió con el de los jugadores de videojuegos de todo el mundo: los nacidos entre los años '80, '90 y las décadas siguientes están cada vez más >

La película *Pokémon - Detective Pikachu* ha recaudado más de 450 millones de dólares en la taquilla mundial

acostumbrados a dedicar tiempo y atención a los videojuegos, a menudo narrados desde una perspectiva ya de por sí muy cinematográfica. Hasta ahora, Disney siempre había confiado las licencias de sus IP a desarrolladores de videojuegos externos a la compañía, como por ejemplo Electronic Arts para *Star Wars*, o Sony para los videojuegos de *Spider-Man*. Con la compra de Epic Games, en cambio, Disney demuestra querer entrar en el campo en primera persona: Epic Games prevé alcanzar un ingreso superior a los 6 mil millones de dólares para 2026 y *Fortnite*, por sí solo, cuenta con más de 220 millones de jugadores activos mensuales que podrán así jugar, ver, comprar y vivir contenidos, personajes e historias de Disney, Pixar, Marvel, *Star Wars*, *Avatar* y mucho más.

LOS MOVIMIENTOS DE WARNER BROS. Y NETFLIX

Hay mucho más porque Disney no es la primera gran compañía que ha decidido invertir en el sector de los videojuegos y, de hecho, llega con cierto retraso respecto a la competencia. Warner Bros. lanzó su división de videojuegos ya en 1995 (como Warner Bros. Interactive Entertainment, luego convertida en Warner Bros. Games) para desarrollar, licenciar y distribuir contenido interactivo basado en gran medida en sus propias IP. Desde el primer *Bugs Bunny: Lost in Time*, pasando por las franquicias de *Batman* y *LEGO*, hasta el más reciente *Hogwarts Legacy* con más de 24 millones de copias vendidas, la compañía ha comprendido desde hace tiempo el potencial del sector: «Los videojuegos serán cada vez más importantes para nuestros fans en el futuro», dijo el CEO de WBD David Zaslav. «Tener este recurso en nuestro arsenal es un elemento crítico de diferenciación y una oportunidad real de crecimiento».





De arriba a abajo, tres videojuegos de enorme éxito: *Fortnite*, *Ghost of Tsushima* y *Bioshock*



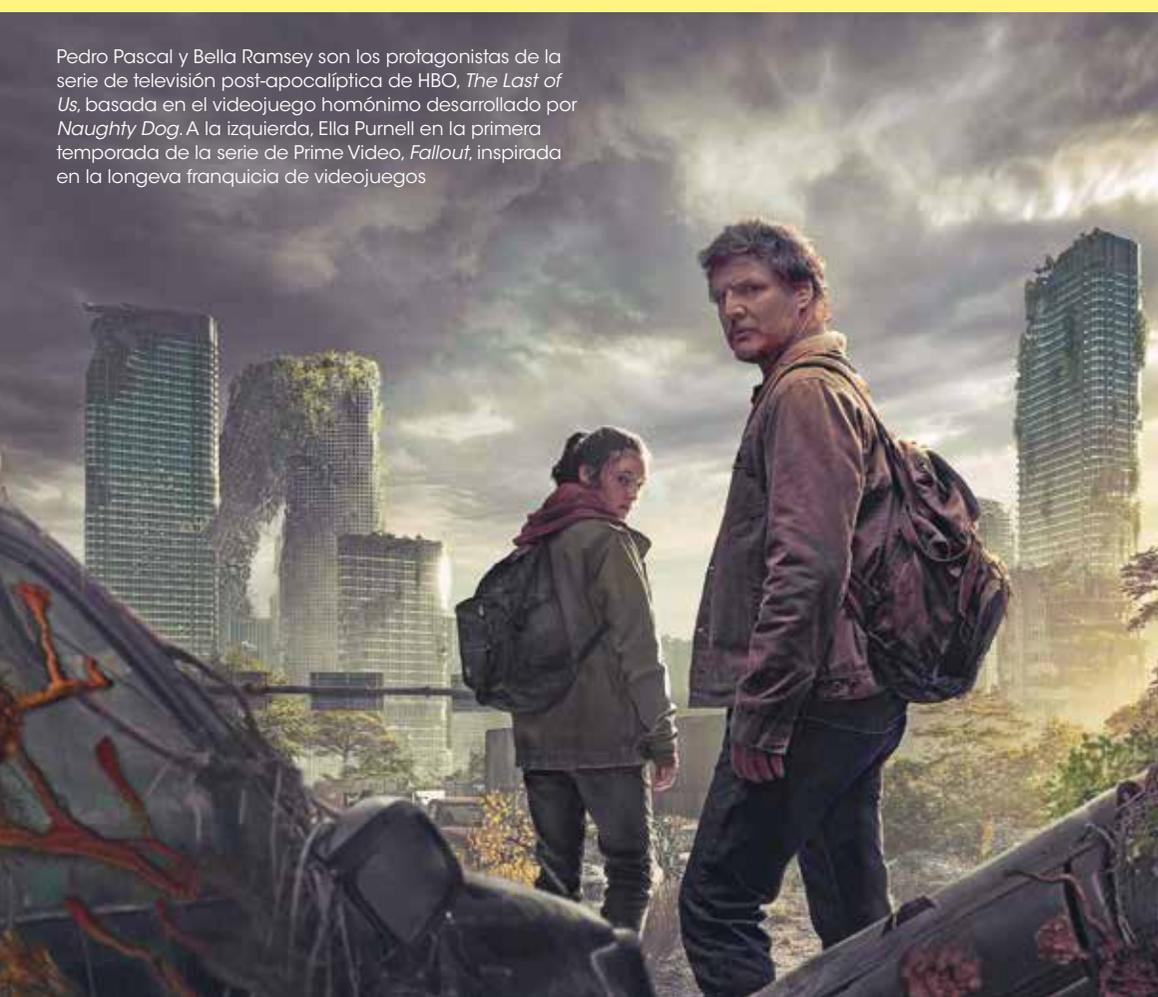
Mientras que otros grandes estudios como NBC Universal solo han considerado la fusión con importantes compañías como Electronic Arts, Netflix ha optado por un enfoque diferente: ha invertido varios miles de millones de dólares en los últimos años para adquirir estudios de producción de videojuegos independientes e incluir en su plataforma videojuegos originales y títulos adquiridos como *Grand Theft Auto*, cuyo debut ha registrado «las cifras de descargas y participación más altas que hemos visto en la historia reciente», como declaró el co-CEO Greg Peters en enero. También hay quienes recurrieron el camino inverso: en 2022 Nintendo compró un estudio cinematográfico, Dynamo Pictures, ahora renombrado Nintendo Pictures, para aumentar su compromiso de llevar sus propias IP a la gran pantalla. Y esto se suma al acuerdo con Illumination Entertainment firmado en 2017, que ha llevado a la gran pantalla *Detective Pikachu* y sobre todo *Super Mario Bros*, película que ha recaudado más de 1,3 mil millones de dólares en todo el mundo, solo superada por *Barbie* en el ranking mundial de 2023.

DE LA CONSOLA A LA GRAN (O PEQUEÑA) PANTALLA

Esta tendencia se suma al ya rico filón de adaptaciones audiovisuales de populares videojuegos que, curiosamente, comenzó en 1993 con una película basada

en *Super Mario Bros*. y alcanzó su punto máximo treinta años después con el mismo título, pero en versión animada. En medio hubo numerosos intentos, más o menos logrados, de combinar el séptimo arte y el mundo de los videojuegos: desde *Mortal Kombat* de Paul W.S. Anderson producido por New Line Cinema en 1995, pasando por las dos películas de *Lara Croft: Tomb Raider* de Paramount Pictures, hasta los intentos de Sony (la casa de producción que tiene los vínculos más evidentes con el mundo de los videojuegos como productora de PlayStation) con la franquicia de *Resident Evil*. Sin embargo, siempre faltaba algo, ya se tratara de fantasy como *Prince of Persia* (2010, Walt Disney) y *Warcraft* (2016, Universal), o de películas como *Need for Speed* (2014, Walt Disney), *Assassin's Creed* (2016, 20th Century Fox) o nuevamente *Mortal Kombat* (2021, Warner Bros.). Los fans de los videojuegos nunca quedaban completamente satisfechos, salvo algunas excepciones como el ya mencionado *Detective Pikachu* con 450 millones de dólares en taquilla mundial, las dos (pronto tres) películas de Sonic producidas por Paramount o el fenómeno de animación *Angry Birds* (aproximadamente 500 millones de dólares en la taquilla con dos películas producidas por Sony Pictures). Las dificultades para condensar vastos universos de juego en el espacio de una película se han resuelto parcialmente en la pantalla pequeña gracias a la proliferación de diversas series que han logrado conquistar al público. HBO regaló a los fans la primera temporada de la serie de televisión *The Last of Us* (2023), que se llevó 48 premios de 150 nominaciones incluyendo Globos de Oro y Emmy, mientras que Prime Video respondió apostando por la primera temporada de la serie *Fallout*, basada en la homónima franquicia de videojuegos de éxito. Sin embargo, hay mucho más en desarrollo para cine y plataformas: se están preparando películas que adaptan videojuegos como *Bioshock*, *Ghost of Tsushima*, *Death Stranding*, *The Legend of Zelda*, e incluso *Pac-Man*, o el videojuego más vendido de la historia después de *Tetris* (protagonista en 2023 de una película de Apple TV+ que relata los orígenes del juego), es decir, *Minecraft*, cuya película producida por Legendary Pictures, Mojang y Vertigo Entertainment y distribuida por Warner Bros. con Jason Momoa, se estrenará en abril de 2025 en Estados Unidos. **BO**

Pedro Pascal y Bella Ramsey son los protagonistas de la serie de televisión post-apocalíptica de HBO, *The Last of Us*, basada en el videojuego homónimo desarrollado por Naughty Dog. A la izquierda, Ella Purnell en la primera temporada de la serie de Prime Video, *Fallout*, inspirada en la longeva franquicia de videojuegos



© (Stock) (1); Paramount Pictures/Original Film/Blu Studio (Marza Animation Planet/Saga Sammy Group (1); Universal Pictures/Nintendo/Illumination Entertainment (1); Epic Games (1); Warner Bros./Legendary Entertainment/The Pokémon Company/Toho (1); Amazon Studios/Killer Films/Amazon MGM Studios (1); Naughty Dog/PlayStation Productions/Sony Pictures Television/The Mighty/Mojo Games (1); Mojang Studios/Xbox Game Studios/Sony Interactive Entertainment/Sucker Punch Productions (1); Irrational Games/ZK Games (1)