

lan Livingstone

Texto **Nacho Requena Molina** | Fotografía **Nicolás Bazo (Gamelab) - Creative Assembly**

“Sólo sigo siendo un chaval divirtiéndose”

Hay anécdotas que no pueden quedarse en el baúl de los recuerdos, de esas que deben salir a la palestra para que las conozca la audiencia. Y este es el caso de la que viene ahora. Tras terminar esta entrevista con Ian Livingstone (Reino Unido, 1949), el autor de las impresionantes fotos que acompañan a este texto, Nicolás Bazo, se acercó a preguntarme, tras haber escuchado toda la conversación, si “ese señor” al que le había puesto un café era “el fundador de la empresa de *Warhammer*”. Respondí que sí, que “era él”, y que también “el de la Eidos de *Tomb Raider*, *Hitman*, etc.”. No daba crédito.

Quizás esta simple curiosidad representa bien la figura de Ian Livingstone, una de las personalidades más importantes no sólo de la industria del videojuego, sino del juego en sí, aunque su rostro no sea tan popular. Cofundador de Games Workshop, rol activo en Domark y, posteriormente, Eidos, inversor en estudios de videojuegos afamados por todo el planeta e incluso con la etiqueta de “Sir Ian Livingstone” gracias a la condecoración del Imperio Británico por sus méritos, el escritor inglés nos acoge durante treinta minutos en el marco de la Gamelab de Tenerife.



Me encanta tu tuit fijado: “Es difícil creer que han pasado cuarenta años desde que Steve Jackson y yo abrimos nuestra primera tienda de Games Workshop”. ¿Qué sientes cuando miras esa foto que está enlazada al tuit?

Es una gran sensación de nostalgia y de recuerdos positivos en una época llena de inocencia dentro de la industria de los juegos, de cuando estábamos empezando. De hecho, fundamos la empresa en 1975, pero no abrimos nuestra primera tienda hasta 1978. Fuimos capaces de convertir una afición a los juegos en un pequeño negocio; de hacer juego y negocio. Así que fue un proyecto con pasión. Por supuesto, hoy en día, Games Workshop está valorada en más de tres mil millones de euros en la Bolsa de Londres. Es genial ver cómo tu bebé ha crecido y como padres estamos orgullosos al mirar a nuestro hijo, que se ha convertido en un negocio muy exitoso. Es una inmensa sensación de orgullo.

¿Y qué más piensas de tu hijo ya adulto?

Es increíble todo lo que ha ocurrido. Quiero decir: vendimos nuestra compañía en 1991, han pasado más de treinta años desde aquello, pero somos como esos padres que miran el grandísimo éxito que ha tenido su hijo. Es genial ver eso. Pero el negocio no ha cambiado mucho desde que estuvimos allí: creamos la experiencia Games Workshop. Contratamos a gente como nosotros para que trabajara en la tienda. No contratamos a vendedores tradicionales. Queríamos gente que supiera jugar a los juegos, y aunque tuvieran aspecto de visigodos (risas), ya sabes, vestidos a lo loco y demás, lo sabían todo sobre los juegos, las reglas, cómo pintar las miniaturas, etc. Podían explicar todo a cualquiera que entrara en la tienda. La gente se sentía muy relajada cuando entraba en el sitio. La gente se estaba gastando mucho dinero porque quería ser parte de esa experiencia, así que nuestros vendedores le ponían mucho entusiasmo.

Publicaste *Dice Men* en 2022. ¿Cuánto tiempo te tomó escribir el libro?

Pensaba que no me llevaría mucho tiempo, pero al final han sido cuatro años, sí (risas).

Mucho tiempo (risas).

Comenzó como una gran idea, pero pronto se convirtió en una gran cantidad de trabajo, ya que tuve que investigar mucho sobre lo que estaba ocurriendo en los setenta. Eso fue hace mucho tiempo, así que tu memoria se confunde (risas). Tuvimos que leer nuestras propias revistas de *White Dwarf* e incluso preguntar a antiguos amigos, asegurarnos de que nuestros puntos de vista eran los correctos. Tuvimos que validarlos con más personas y cruzar las referencias. Y luego

tenía un montón de fotografías e imágenes para el libro; fuimos capaces de seleccionar y mostrar más de cuatrocientas, la mayoría de las cuales no se habían visto nunca. Se trata más de unas memorias personales que de un libro de negocios. Es la historia de los orígenes de Games Workshop, de 1975 a 1985, en esos tiempos donde no teníamos un sitio para estar, operar o incluso vivir en una furgoneta; cómo llegamos a conseguir la licencia de *Dungeons & Dragons*. Quiero decir: fueron días muy locos y cometimos muchos errores, pero fue increíble.

¿Qué recuerdas como lo más difícil de aquel tiempo?

Creo que la decisión de dedicarme a tiempo completo fue bastante dura, ya que la economía del Reino Unido estaba muy mal a finales de los setenta. Dejar un trabajo, aunque no estuviera muy bien pagado, era una gran decisión. Steve y yo nos fuimos a los Estados Unidos en 1976 y regresamos, después de haber conocido a Gary Gygax, con los derechos de *Dungeons & Dragons* para comenzar a ser su distribuidor británico.

Cuando regresamos nos enfrentamos a la realidad de que no teníamos dónde vivir o dónde trabajar. Acudimos al director del banco para ver si nos daba un préstamo bancario. Fuimos y le dijimos: “Mira, tengo este gran juego de rol que se llama *Dungeons & Dragons*, donde vas a tener fantásticos viajes siendo un héroe, un clérigo, un mago o un ladrón, y vas a poder explorar mundos increíbles, matar monstruos y encontrar tesoros”. Entonces fue cuando nos miró como cuando un perro ve la televisión, sin ningún tipo de comprensión y que parece casi asustado (risas). Nos pidió que lo dejáramos. Estábamos un poco sorprendidos de que no pudiéramos conseguir algún préstamo. En su defensa diré que no éramos lo que se llama unos “inversores inteligentes”: no teníamos plan de negocios ni proyecciones financieras, simplemente éramos entusiastas.

Erais novatos.

Completamente novatos. Lo éramos, sin duda, pero teníamos los derechos de distribución para Reino Unido de *Dungeons & Dragons*, así que sabíamos que alguna manera encontraríamos [de salir adelante]. Alquilamos una habitación muy pequeña que daba a una parte trasera. Nos costaba unos diez euros a la semana. Apenas se podía entrar; de hecho, si entraba un cliente, uno de nosotros tenía que salir al patio porque no era lo bastante grande para los tres (risas). Empezamos publicando una revista llamada *Owl and Weasel*, pero era una revista muy amateur. Pensábamos que teníamos que mejorar un poco, así que publicamos la revista *White Dwarf*.





Hicimos toda la producción en nuestros pisos. Pusimos todo nuestro dinero en la impresión del número uno, que se lanzó en junio de 1977. Hicimos una tirada de cuatro mil ejemplares y, milagrosamente, se agotaron. Luego, en 1978, abrimos nuestra primera fábrica de miniaturas para adultos y, por supuesto, la primera tienda en abril del mismo año. Así que 1978 fue un gran año para nosotros.

¿Crees que el alma o la esencia de las miniaturas está en los videojuegos ahora mismo?

Por supuesto. En los videojuegos todo está en la imagen, mientras que en los juegos de mesa gran parte está en tu imaginación. Cada uno pinta sus miniaturas a su manera. Pero, por supuesto, la esencia de los juegos de mesa está en los videojuegos y una no es una amenaza para la otra. Ambas pueden coexistir. Juego a juegos de mesa y, por supuesto, juego a videojuegos. Todo forma parte del mismo ecosistema de juego.

¿Cuál crees que es el futuro de las miniaturas?

Bueno, si ves lo que está ocurriendo ahora, le dimos a Games Workshop una historia de extraordinario éxito construyendo *Warhammer*. *Warhammer* surgió porque teníamos un acuerdo de distribución de *Dungeons & Dragons* durante tres años. Al finalizar estos, Gary Gygax vino a vernos y nos dijo que quería que su compañía, TSR (Tactical Studies Rules), se fusionara con la nuestra, Games Workshop. Pero Steve y yo no queríamos pasar la mitad de nuestra vida viviendo en Wisconsin. En aquella época éramos jóvenes e independientes, así que dijimos que no a esa oportunidad de fusión. Necesitábamos algo para reemplazar *Dungeons & Dragons*. Aunque seguíamos siendo el mayor distribuidor, ya no lo éramos de manera exclusiva. Empezamos a publicar juegos como *Talisman*, *Judge Dredd* o *Apocalypse* y tuvimos un éxito razonable, pero nada que fuera a cambiarnos la vida como *Dungeons & Dragons*. Entonces, Bryan Ansell, de Citadel Miniatures, y dos colegas, Rick Priestley y Richard Halliwell, vinieron con el concepto de *Warhammer*. La idea original era tener dos o tres sets y regalarlos junto a los pedidos que se hacían por correo, pero la gente los quería de manera tan entusiasta que dijimos: "Ok, bien, ¿por qué no convertimos esto en un juego?". Y eso fue lo que ocurrió en 1983.

El primero que tuvimos salió como un juego de batallas, fantasía y elementos de rol, y este se agotó inmediatamente. La segunda edición llegó y entonces tuvimos un juego de rol de fantasía y, al final, *Warhammer 40K*. Así fue cómo *Warhammer* se convirtió en el punto central de todo y el por qué Games Workshop vale tanto ahora.

Y *Warhammer*, por supuesto, estaba ahí para promover la venta de figuras en miniatura. Antes de eso, Citadel fabricaba figuras individuales para juegos de rol según tus necesidades, ya necesitaras un mago o un monstruo. Ahora, en cambio, necesitabas muchas unidades en miniatura luchando en grandes batallas sobre un tablero. Eso supuso un cambio total para la empresa, que pasó a centrarse en crear una serie de reglas para *Warhammer* y a promover las batallas sobre un tablero.

Y viendo este éxito, ¿qué piensas de los videojuegos de Warhammer?

Bueno, hay casi cincuenta videojuegos licenciados ahora mismo. Quiero decir: no me corresponde a mí, realmente, decir lo que pienso. Hay algunos buenos y algunos normales, pero el mundo de *Warhammer* es lo suficientemente grande como para que diferentes tipos de juegos de *Warhammer* puedan existir. El único al que he jugado recientemente se llama *Tacticus*, es un videojuego para móviles.

Es decir, has llegado a jugar a ellos. ¿Qué piensas de Total War: Warhammer? Su planteamiento recuerda a una batalla de tablero a veces.

Sí, sí, he jugado a ellos, *Tacticus* es el último como te decía. Y sí, *Total War: Warhammer* es fantástico. Creative Assembly es un estudio impresionante, que ha hecho juegos como *Total War: Rome* y otros, así que era inevitable que *Warhammer* fuera a ser genial e increíble; aunque tengo que decir que sólo lo he visto jugar, que yo no he jugado.

¿Prefieres juegos de mesa o videojuegos? (Risas).

Esta es siempre una terrible pregunta (risas). Juego tanto a juegos de mesa como videojuegos, pero supongo que por mis raíces prefiero los juegos y batallas de mesa.

¿Y en videojuego tienes algún Warhammer favorito?

Bueno, depende de si quieres jugar en solitario o con gente, también de la plataforma. Ahora mismo estoy con *Tacticus*, que es el que más me gusta.

Estuviste en Domark, ¿qué recuerdas de aquella época de los ochenta siendo una editora de videojuegos?

Esto sucedió porque Steve y yo, además de dirigir Games Workshop, también habíamos escrito una serie de libros de juegos llamados *Fighting Fantasy*. Son una rama dentro de la narrativa donde al final de ciertos párrafos debes tomar una decisión, como girar a la izquierda o a la derecha, encontrar una llave dentro de una caja que quizás utilices más adelante, cada vez que te encontrabas con un monstruo tenías que tirar

unos dados para ver qué ocurría, etc. Hay cientos de maneras de recorrer el libro. Tuvieron un éxito enorme, sobre todo en España. Se vendieron veinte millones de copias en todo el mundo. Incluso en 1984 estaba entre los tres primeros libros más vendidos.

En 1984, los fundadores de Domark vinieron a Games Workshop a pedirme si me gustaría escribir una historia para un juego que iban a lanzar, *Eureka*. Y acepté hacerlo. El juego se programó en Hungría y tuvo un famoso premio de veinticinco mil libras para el primero que se lo pasara y resolviera todo. En lugar de tomar royalties preferí coger acciones de Domark. Cuando me fui de Games Workshop en 1991 tuve un pequeño descanso, pero luego ya me uní a Domark como vicepresidente en 1993.

Y años después llega ya la creación de Eidos.

Lo que ocurrió es que Domark tenía buenos juegos, como *Championship Manager* y otros, pero en última instancia estaba descapitalizado. Así que tuvimos la oportunidad cuatro empresas de crear una nueva, Eidos. Salimos a la Bolsa de Londres en 1995, pero nuestra gran oportunidad llegó en 1996, cuando compramos otra empresa que cotizaba en bolsa llamada CentreGold. Esta poseía dos estudios, entre los que estaba Core Design, quienes todavía estaban desarrollando *Tomb Raider*. Eidos era su editor cuando lo lanzamos en octubre de 1996. Teníamos unas cien mil copias como objetivo e hicimos siete millones de unidades vendidas (risas). De repente, estábamos como si voláramos. Apenas estuve un par de años en Domark antes de dar el salto a Eidos.

¿Qué recuerdas de la etapa de Eidos?

Fue una época muy emocionante. Era presidente ejecutivo a tiempo completo, pero mi papel estaba centrado, sobre todo, en los contenidos. Gracias a *Warhammer* y *Fighting Fantasy* me di cuenta del valor que puede poseer tu propiedad intelectual o IP, más que tomar la licencia de un juego. Si no eres dueño de la IP, puedes no controlar tu propio destino, como nos pasó con *Dungeons & Dragons*. Hasta que no tuvimos *Warhammer* éramos vulnerables. Traté de llevar esta idea durante toda mi vida, también en Eidos. Mi plan era publicar y tener IPs como *Tomb Raider*, *Hitman*, *Deus Ex*, *Just Cause*, *Championship Manager* y otras. Cuando fuimos adquiridos por Square Enix Japón, decidí irme porque no tenía esa cultura corporativa japonesa (risas).

Esto me suena, sí (risas).

Decidí ser, simplemente, un inversor ángel después de todo esto. He tenido algunos grandes éxitos durante este tiempo,

en concreto con dos empresas: una es Playdemic, editores del videojuego *Golf Class*, y la otra es ser inversor fundador de Mediatonic, los creadores de *Fall Guys*. Todavía disfruto con estas grandes empresas de videojuegos. Me pidieron que me convirtiera en presidente de Sumo Group en 2015, y luego la sacamos a bolsa en 2017. Más tarde, Tencent se interesó en nosotros y nos adquirió por mil trescientos millones de dólares. En definitiva, que decidí que había demasiadas oportunidades para convertirme en inversor ángel.

Cofundé Hiro Capital, que es un fondo de capital de riesgo e inversión en videojuegos, tecnología, deportes electrónicos, fitness, monetización de datos y demás. Estoy disfrutando mucho con eso. Hemos recaudado veinte millones de euros en una primera ronda, y estamos intentando recaudar dos millones para la segunda, ya que la primera se ha desplegado en veintidós empresas.

Has mencionado los esports y tienes inversiones en Team Liquid, ¿qué piensas de ellos? ¿Hay burbuja?

Es un fenómeno increíble. Es asombroso lo que está pasando, pero es bastante comprensible. Ya sabes, me gusta ver el fútbol en los estadios, así que las generaciones de hoy quieren ver los videojuegos. Profesionales siendo los mejores en determinados juegos por enormes cantidades de dinero, con millones de personas en Twitch y otros sitios. Es increíble ver a la gente llenando los estadios con pantallas gigantes donde se echan las partidas. Es perfectamente comprensible. Pero como modelo de negocio, ya sabes, no es fácil. Creo que tradicionalmente los equipos sí han hecho dinero. Los propietarios de los juegos, también, pero el ecosistema en sí no lo ha hecho. Hiro ha invertido en ello, en Team Liquid como bien sabes, pero hemos tendido a invertir más en estudios de videojuegos.

Volviendo atrás, ¿qué otras experiencias te llevaste de Domark a Eidos?

Bueno, como te he dicho, lo principal fue el poseer las propiedades intelectuales. La diferencia entre un juego de mesa y un videojuego es que el juego de mesa lo pueden crear una o dos personas, pero en los videojuegos necesitas, por lo general, un equipo grande. Juegas un papel enorme al combinar arte y tecnología de una manera maravillosa. Son modelos diferentes de crear contenido, pero siguen siendo parte del “juego” en la actualidad. Creo que los desarrolladores de videojuegos deberían fijarse más en los librojuegos o juegos de mesa para ver dónde está el diseño de juego. Muchos programadores empiezan a crear un título sin pensar, simplemente, cuál es la mecánica principal de juego que se

va a tener. Cuando la gente me pregunta cuáles son las tres cosas más importantes de un videojuego, siempre respondo lo mismo: gameplay, gameplay y gameplay. La tecnología y los gráficos son vitales, pero desempeñan un papel secundario. La gente no va a comprar un juego sólo porque sea bonito: lo compra por sus mecánicas de juego.

Cuando juegas a un juego de mesa, si la mecánica es aburrida, al jugador lo pierdes. La mecánica de los juegos de éxito es siempre muy convincente: son fáciles de aprender, pero difíciles de dominar. Implican un pensamiento estratégico, no sólo de suerte. Implican mucha interacción entre los jugadores para realizar tratos, negociaciones cruzadas, componentes interactivos, etc. Si sólo estás sentado esperando tu turno, eso no es muy bueno, ¿verdad? Por mucho que pienses que el juego es muy bueno... Por tanto, tienes que crear este compromiso entre los jugadores, y para hacer eso necesitas que la mecánica de juego sea maravillosa. Además, necesitas temáticas que sean interesantes y resuenen en las grandes audiencias, no sólo en las pequeñas. Y por último, y no menos importante, necesitas esa pequeña pizca de polvo de hada que sólo un diseñador puede dar (risas).

Para vosotros, fue también una era de experimentación.

Sí, claro. En los juegos de los setenta no había muchas opciones más allá de juegos familiares como el *Monopoly*, *Cluedo*, *Buccaneer*, *Formula One*, etc. Esta es una de las razones por las que comenzamos Games Workshop: queríamos jugar a otro tipo de juego diferente. No sabíamos qué queríamos, pero no estábamos satisfechos con lo que había. Descubrimos en una compañía estadounidense, Avalon Hill Games, un juego llamado *Diplomacy*, donde había que negociar, construir un imperio tras la Primera Guerra Mundial, etc. Nos encantó este tipo de juego. Queríamos crear una comunidad donde se pudiera jugar a muchos juegos como hobby. Esa era la esencia de Games Workshop.

Dando otro salto a los videojuegos, has hablado del gameplay, ¿qué es un buen videojuego para ti?

Bueno, depende (risas). Si es un juego de habilidad multi-jugador, voy a estar fuera en diez segundos (risas). No tiene sentido que intente competir con los jugadores jóvenes de hoy en día. Es imposible. Mis reacciones son demasiado lentas. Por lo tanto, tengo que jugar a juegos donde pueda desarrollar mis capacidades estratégicas para avanzar. Por eso disfruto con títulos como *Civilization*. Me gustan estos juegos. Sigo disfrutando de *Advance Wars*, por ejemplo.

¿Entonces prefieres el offline al online?

Me gustan ambos, es decir, lo que me gusta es jugar. Todavía sigo teniendo mi Dreamcast y juego a *Virtual Tennis*, aunque los jugadores no estén ya ahí. Me gusta lo viejo, hablando de manera coloquial (risas).

¿Cómo ves la industria del videojuego? Más ahora como inversor.

Creo que no ha existido un mejor momento para ser desarrollador de videojuegos que ahora mismo. Es el mejor momento: por el modelo de negocio, el tamaño del mercado y el acceso a este. Cuando hacíamos juegos físicos en los noventa, tenías que gastar todo el dinero en diferentes frentes del desarrollo, y luego navegar por los canales de distribución para llegar, en última instancia, a una tienda, a esa estantería donde un consumidor pudiera verlo. Y si el juego no era tan bueno como pensabas, entonces tenías devoluciones de inventario, lo que repercutía en el flujo de caja. Era un modelo de negocio difícil, con un producto "fijo" que no se podía "arreglar". No podías hacer nada al respecto. Era un medio físico y fin.

Hoy en día todo es diferente: hay facilidades para distribuir y llegar a una audiencia global, un modelo de negocio donde el consumidor puede elegir la plataforma que quiera, ya sea PC mediante Steam o Epic Games Store, en smartphones con la Google Play Store, en las tiendas digitales de consolas, etc. Y ahora, además, puedes ejecutar juegos como servicio. Tu videojuego puede optimizarse y analizarse a través de datos, lo que mejora la jugabilidad al observar el comportamiento del consumidor, la retención, etc. La monetización de un juego puede durar ahora uno, dos, tres, cuatro o cinco años. *Clash of Clans* tiene más de una década (risas). Es un gran modelo de negocio, los juegos como servicio entregan contenido nuevo fácil. Además, los equipos pequeños pueden hacer grandes cosas hoy. La mayoría de estudios independientes no habrían tenido éxito en la era de los juegos físicos, mientras que ahora pueden dirigirse a una audiencia global.

¿Y para el futuro?

Pues con el metaverso, por supuesto (risas). Una cosa que sé es que la industria del videojuego avanza porque la tecnología lo hace. Antiguamente, la capacidad de las consolas o los PCs era muy limitada. Entonces llegó Facebook y se convirtió en la plataforma para los juegos sociales. Apple vio la oportunidad en las pantallas táctiles y en dicha tecnología,

lanzando una tienda de aplicaciones muy fácil de usar. Gente normal que nunca llegaría a pensar que era “gamer” está disfrutando de juegos como *Candy Crush*. Son como esos snacks muy jugosos para la hora de merendar.

Y luego está la realidad virtual o los esports. Se habla de mundos conectados como el metaverso, donde se hace lo del mundo analógico en uno digital, todo con su alter ego mediante gafas, auriculares, etc. Pero esto no es nada nuevo. Meta podrá hablar del metaverso como algo nuevo, pero la industria del videojuego lleva años construyendo este metaverso: *World of Warcraft* es un metaverso en sí mismo; *Fortnite* es otro, sobre todo a la hora de jugar juntos, pasar el rato, ver un concierto de Travis Scott o realizar transacciones a la vez. Los juegos ya estaban ahí. Siempre van a estar por delante de otras industrias del entretenimiento.

Como es interactivo, y se dirige a la “generación Z”, todo se realiza a través de los smartphones. Quieren entretenimiento en pequeños trozos y en un dispositivo accesible. Y, por supuesto, en los videojuegos tienes el control, por eso se prefieren al entretenimiento tradicional. Así que no es de extrañar que la industria del videojuego sea ahora más grande que Hollywood o la música juntos.

Y después de todo esto que me has contado, ¿cómo es tu día a día?

Bueno, uso muchos sombreros (risas). Como he dicho, soy muy viejo ya para dirigir cosas, pero me sigue gustando participar, así que meto el dedo en el pastel de los demás. Paso algún tiempo escribiendo. En 2022 han salido dos libros, el ya comentado *Dice Men* y *Shadow of the Giants*, este último porque se cumple el cuarenta aniversario de *Fighting Fantasy*. Disfruto escribiendo, disfruto diseñando juegos de mesa.

En estos momentos, tengo unos diez juegos en desarrollo. Tengo mi propia escuela en Bournemouth, la Livingstone Academy, que es una escuela pública para todo el mundo. No es de pago y se ha hecho muy popular. Todo gira en torno a la creatividad digital, el trabajo en equipo, el aprendizaje a través de la práctica –además de las calificaciones–, el saber hacer y los conocimientos adquiridos en colaboración con la industria. Se trata de un aprendizaje basado en proyectos y juegos, que trata de contextualizar el aprendizaje en lugar de impartir conocimientos por el mero hecho de serlos.

Surgió hace una década porque convencí al Gobierno del Reino Unido para que incluyera la programación dentro de los temas de estudio, ya que los niños aprenden sobre Word, PowerPoint o Excel, que es el software habitual, pero sin darle ninguna idea sobre cómo crear el suyo propio, cómo programar un juego, una página web, etc. Para mí, esto es como enseñar a los niños a leer, pero no a escribir. Así que quise moverlos del asiento del pasajero al asiento del conductor, al de la creatividad. Y eso es lo que intentamos conseguir en la escuela. A los niños les encanta porque participan en su propio aprendizaje; a muchos niños les encanta aprender porque son curiosos, pero odian la escuela. La forma en la que se enseña no ha avanzado en la escuela. La medicina no es igual que hace cien años, pero las escuelas son, en gran parte, las mismas. Paso mucho tiempo en esto, las visito y trabajo en un plan de estudio. Paso la mayor parte de mi tiempo en Hiro Capital, en mi portfolio de compañías, siempre intentando añadir juegos en desarrollo. Esto es lo que me emociona: ya sabes, sólo sigo siendo un chaval divirtiéndose.

¿Recuerdas tu primer videojuego?

¿Mi primer videojuego? Fue, probablemente, *Space Invaders*. Este es el que yo recuerdo. En Atari, sí. He pasado mucho tiempo jugando: solía jugar mucho a títulos como *Defender of the Crown*, *Cannon Fodder* o *Mega-Lo-Mania*; todo ese tipo de juegos.

La pregunta más difícil: ¿cuál es tu videojuego favorito?

Pensaba que me ibas a preguntar cuál es mi hijo favorito, que tengo cuatro (risas). Es muy difícil mencionar mi videojuego favorito, al igual que cuando me preguntan sobre mi libro-juego favorito. Dependiendo de qué elijas te diré una cosa u otra: ¿cuánto tiempo quieres jugar?, ¿quieres una experiencia para un jugador o quieres una experiencia multijugador? Te pueden gustar videojuegos en muchos contextos favoritos.

Pero dime uno (risas).

(Risas). Probablemente sea *Civilization*. Pero, por supuesto, no olvido *Tomb Raider*.

Muchas gracias, Ian.

El placer ha sido mío, muchas gracias a ti.