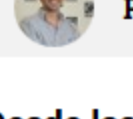


IUP: Los videojuegos están listos para subir de nivel



Por **Pedro Dutour** | Diciembre 3, 2016 05:00

⌚ TIEMPO DE LECTURA: 8 MINUTOS

-a +A 🍷 📧 📱 4 🐦 +

Desde las maquinas de los años 80, los videojuegos han conquistado a millones de fanáticos; las consolas, las PC y los smartphones completaron la industria que está dando ahora su próximo paso hacia el futuro



El Observador

Nuestro mundo gira alrededor de los smartphones y esto implica, también, la diversión. Es así que los juegos móviles ocupan un gran espacio en el tiempo de las personas y, por ende, la innovación y las tecnologías se conjugan para atrapar cada vez a más jugadores. Los expertos aseguran que esta modalidad no suplantarán a las consolas ni a las PC, pero recalcan que su futuro se encuentra bajo presión ante la variedad de ofertas. Un buen plan de marketing debe acompañar una propuesta excelente.

La aparición de los **juegos** con realidad aumentada, como ocurrió con el suceso –y la rápida caída en popularidad– de *Pokémon Go*, abre una nueva posibilidad de primicia y de atracción para los usuarios. Pero esta no es más que una nueva forma que tienen los juegos de avanzar y regenerarse. Estos no dependerán de los teléfonos ni de las cazas de pokémones: dependerán de sí mismos.

Los videojuegos han explotado en los últimos 30 años y lo han hecho en una amplia red de plataformas. Cada una se retroalimenta de la otra, asegura un informe de la revista Forbes: los jugadores de consola tienden a moverse a hacia los juegos móviles y viceversa. Por lo tanto, "más personas jugarán como nunca antes", señala el columnista de la publicación estadounidense.

Y añade: "El futuro de los juegos no está en los celulares como tampoco lo está en la consola o la PC: se encuentra en el juego en sí mismo".

Para Gonzalo Frasca, Chief Design Officer de WeWantToKnow –creadores de la multipremiada serie de juegos de matemáticas *DragonBox*–, la industria pasa por un momento de "búsqueda", como se observa en las inversiones en realidad aumentada, realidad virtual y la decisión radical de Nintendo de unificar la consola y la portátil en un solo aparato, la Switch. De ese modo, "sacrifica uno de sus tradicionales negocios, algo impensable hace pocos años", dijo a *Cromo*. Al mismo tiempo, Sony no quiere quedarse atrás y apronta su incursión en los juegos móviles.

De acuerdo a la **Asociación de Entretenimiento del Software** (ESA, por su sigla en inglés) de Estados Unidos, en una encuesta divulgada el pasado abril, alrededor del 35% de los gamers juegan en sus smartphones. Estos y las tabletas "han transformado el modo en que jugamos", indica el portal especializado Tech Times. "El público ya no necesita sentarse frente a una consola o una PC; incluso no precisan comprar y llevar una Nintendo DS, PlayStation Portable o Game Boy", agrega el artículo. Pero eso no significa que las consolas hayan quedado atrás.

La ESA encontró que 155 millones de estadounidenses son aficionados a los videojuegos y que el 51% de los hogares de ese país cuenta con una consola. Entre las casas donde hay algún aparato para jugar, 56% lo hacen en consolas, mientras que el 35% usa sus teléfonos inteligentes.

Además, Newzoo, portal especializado en juegos, predijo que las consolas ganarán más de US\$ 11.100 millones frente a los US\$ 7.200 millones de los juegos móviles en suelo estadounidense.

Una parte del mercado

En ese ambiente de diversidad en el que se mueve la industria del juego, Frasca aseveró que, sin importar la tecnología que vaya a predominar, hoy el videojuego es como la literatura: "Hay libros, libros electrónicos, revistas, sitios web, etc. Ya no hay una posición dominante como supo ser el libro antes. De la misma manera, el juego de consola es una parte del mercado, el juego de celular, otro; el de realidad aumentada, otro".

Hoy el desafío no es tanto hacer un juego de calidad, "eso se da por descontado", apuntó el también catedrático de videojuegos de la Universidad ORT. El asunto se centra en "llegar al público entre un ruido caótico de miles y miles de propuestas de entretenimiento. Antes casi bastaba con tener un juego excelente: ahora se necesita, además, una estrategia muy sólida de comunicación".

Lo de formato y audiencia distintas, cuando se habla de juegos para celulares y consolas, fue sostenido también por Rodrigo Alem Fernández, desarrollador de videojuegos y docente en la ORT. "Los juegos de consolas están luchando otra liga para los consumidores más hardcore; quienes les están ganando terreno ahí son las PC y no los móviles, que por lo general tienen audiencias más casuales", comentó a *Cromo*.

Entonces, se vuelve sobre el mismo asunto. Un juego, para mantenerse y ser exitoso, debe apuntar a la excelencia y ella debe estar acompañarla por una buena campaña de difusión. Para Alem Fernández, se debe apuntar a ciclos de producción cortos. Lo que funciona hoy puede que no funcione en una temporada, ya sea por mercados, audiencias o tecnología. Con menos tiempo de producción se disminuye el riesgo de que el juego quede obsoleto en medio de su desarrollo.

La composición de los juegos móviles pasa por un proceso que incluye el armado, el valor del concepto, el diseño, la programación, el arte y animación y el testing. Para Alem Fernández, a ese camino le falta la "monetización". "Ante la saturación de los mercados y la democratización de las herramientas de desarrollo, lo difícil no es hacer el juego sino saber venderlo. Sin un buen plan de marketing (para difusión) o un modelo de monetización (para ingresos) es lo mismo que la nada. Y creo que en ningún lado es más competitivo ahora que en un móvil", indicó.

Frasca agregó que existe una gran cantidad de emprendimientos que desaparecen después de uno a dos juegos. El desafío para las empresas que sobreviven es lograr construir una marca fuerte que se relacione con un público más o menos estable. "Eso no es nada fácil de lograr", dijo. Y añadió: "Antes el mercado bancaba muchos juegos medio pelo, ahora es cada vez más difícil". Una prueba de fuego es que permanezca instalado por más de siete días.

Al final, el celular, la consola o el PC son solamente el canal, uno que muta y evoluciona y es consumido de la manera que imponga la tecnología.



New York Times

Pokémon Go y más allá

"Los videojuegos en sí tienen mucho por explorar todavía. Mucha gente aún se imagina el videojuego como algo adolescente y que es más que nada de juegos violentos. Pero por suerte es algo mucho más amplio y variado que cada vez más se muestra a quienes no conocían esas facetas de algo que consideraban 'para niños', dijo Alem Fernández.

Hay juegos como *Grand Theft Auto*, *Mortal Kombat* o *Call of Duty*, reconocidos por su violencia, pero a su vez se puede acceder a los que exploran cómo sobrellevar la vida de familia con un integrante con una enfermedad terminal, como *That Dragon, Cancer*, lo opresivo de ser quien decide quién pasa o no por la frontera de un país bajo un régimen soviético, como *Papers, Please*, o la exploración de un universo fantástico donde la comunicación es solo mediante bailes y leves tonos, como *Journey*.

Ignacio Martínez, director de Guikuy –una revista gamer–, recalco que "hay consola para rato". No obstante, aseguró que los juegos móviles pueden "integrar más gente", como ocurrió primero con *Angry Birds* y ahora con *Pokémon Go*. El primero alcanzó un pico máximo a finales de 2012 de 300 millones de usuarios activos. El segundo "generó un ruido increíble entre los juegos para móviles. Si bien realmente no innovó en el concepto (ya existían juegos con mapas donde uno tenía que salir a la calle y buscar o escapar de cosas), se aprovechó de un tema bastante popular", afirmó.

Para este fan de los videojuegos, Niantic, la desarrolladora de *Pokémon Go*, captó un mercado que se extendió hacia los padres y abuelos. Se pudo ver a adultos jugando en las plazas montevidéanas junto a sus hijos y nietos.

Martínez explicó que la realidad aumentada, clave en *Pokémon Go*, existe desde "hace pila", incluso en juegos "bastante interesantes" para PlayStation y 3DS de Nintendo, pero que "nunca lograron hacer algo tan contundente como lo logró Pokémon Go".

"Algo que empezará a hacerse fuerte y que puede ser impresionante en los juegos es la realidad mixta (aumentada y virtual), algo que todavía está en pleno desarrollo. Hay algunos proyectos en Kickstarter para juegos con todos los sensores posibles para poder detectar todo el entorno (las paredes, las puertas, el piso, las mesas, etc.)", aventuró Martínez. Por algo, la revista Time nombró al visor PlayStation VR como uno de los mejores inventos de 2016, un año que también vio los lanzamientos de Oculus Rift, HTC Vive, Daydream de Google, entre otros que apuestan a una experiencia de juego inmersiva.



AFP

De cualquier modo, la popularidad de *Pokémon Go* puede aprovecharse para que este tipo de juego, en el que se sale de la casa para recorrer la ciudad y jugar, se termine de asentar entre los consumidores.

"Un caso es el proyecto father.io, un shooter en tiempo real que busca que solamente con el celular (o en conjunto con un dispositivo que desarrollaron que mejora la precisión del juego y se conecta al móvil), el jugador vaya por la calle y encuentre aliados o enemigos y se establezca una balacera digital tan solo usando la cámara y apuntando a la persona que también esté jugando. Este proyecto promete mucho", relató el director de Guikuy.

A decir de Alem Fernández, *Pokémon Go* es un buen "caso de estudio" tanto por su éxito explosivo como por su rápida caída en interés. El número de usuarios activos en el mundo pasó de 45 millones a 30 millones en un mes. "Eso levanta algunas banderas sobre si fue una moda o si es algo que va a perdurar", señaló. Con él, la realidad aumentada ha vivido su hora más gloriosa, aunque los expertos dicen que se seguirá experimentando, como hasta ahora. El desarrollador espera que se avance de la mano de la tecnología y no de lo que dicen las empresas, puesto que de eso depende el futuro de los videojuegos: "Si la cosa no camina porque lo que lo mueve son las marcas y no la tecnología, entonces se unirá a la historia junto al Kinect o las alfombras de baile", dos modas pasajeras.



Los cinco mejores videojuegos de la historia según Time

1. *Tetris*: Fue creado en 1984 por el programador soviético Alexey Pajitnov. Está disponible para cada consola y sistema operativo.
2. *Super Mario 64*: Acompañó el lanzamiento de la Nintendo 64 en 1996. Fue el juego más vendido para esa consola: 11 millones de copias.
3. *The Legend of Zelda: Ocarina of Time*: Lanzado en 1998, fue la quinta entrega de la saga y la primera en tener gráficos en 3D.
4. *Doom*: Fue el primer shooter en primera persona en explorar la ciencia ficción y el terror. Salió al mercado en 1993.
5. *Pac Man*: Desarrollado en 1979 por Toru Iwatani, es uno de los clásicos de arcade. El macaco amarillo de gran apetito ha aparecido en más de 30 juegos.

Ver más [videojuegos](#) [smartphones](#) [juegos móviles](#) [consolas](#)

Notas Relacionadas



El siglo XX en videojuegos



Así es la PlayStation 4 potente y consola más



Los reyes de las consolas

Acerca del autor



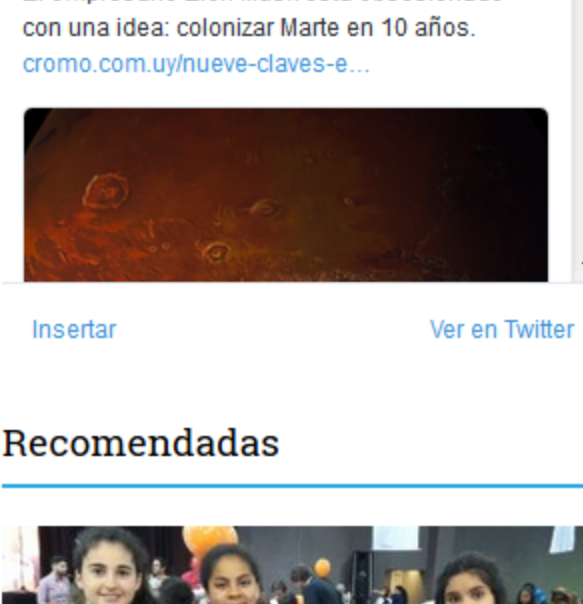
Pedro Dutour
Periodista de Internacionales

[Informar un error en la noticia](#)

Más Leídas

- 05:00 Los fracasos tecnológicos de 2016
- Las mejores cámaras a prueba
- 05:00 NASA planea viaje tripulado más allá de la Luna
- Robótica sin barreras
- 05:00 Regalos tecnológicos para los pequeños de la casa

Tweets por @CromoUY



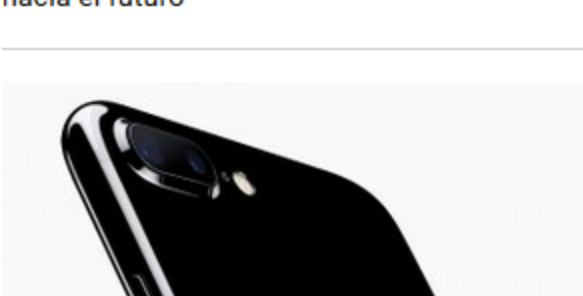
Recomendadas



Robótica sin barreras
La ceguera no le ha impedido a Johann Pauluk aprender a 'armar cosas'



IUP: Los videojuegos están listos para subir de nivel
La industria está dando ahora su próximo paso hacia el futuro



Las mejores cámaras a prueba
Las cámaras de los celulares sirven tomar imágenes buenas y rápidas sin mucho esfuerzo



Sergio Olivieri llega a la final del History Channel
La idea del concursante uruguayo fue la más votada; el ganador se definirá el 7 de diciembre

🍷 📧 📱 4 🐦 +

🍷 📧 📱 4 🐦 +

🍷 📧 📱 4 🐦 +

🍷 📧 📱 4 🐦 +

🍷 📧 📱 4 🐦 +

🍷 📧 📱 4 🐦 +

Secciones	Social	Servicios	Últimos Agrupadores
Portada Ciencia Internet Productos Oapps	El Observador Tecnología Videojuegos Espacio	Facebook Twitter Youtube Google +	Carta de Lectores El Tiempo Política de Privacidad Ras
			eBay Carga inalámbrica iPhone 7 Daydream View Google Allo
			Mars One Machine Learning Chatbots Chromebooks Alexa