

Además de los niños y jóvenes, los videojuegos han encontrado en los adultos un nuevo público; las sagas de fútbol y guerra son «casi una religión» y las nuevas plataformas expanden el negocio

Crecieron jugando al Tetris, hoy dan vuelta el *Call of Duty*

«PULSE EL BOTÓN de inicio», indicó la pantalla del televisor. *Joystick* en mano, Miguel hizo caso y comenzó la enésima partida, buscando superar la pantalla que hasta entonces lo había tenido a mal traer. Miguel no es un niño ni un adolescente, tiene 34 años y juega videojuegos todos los días casi como un ritual.

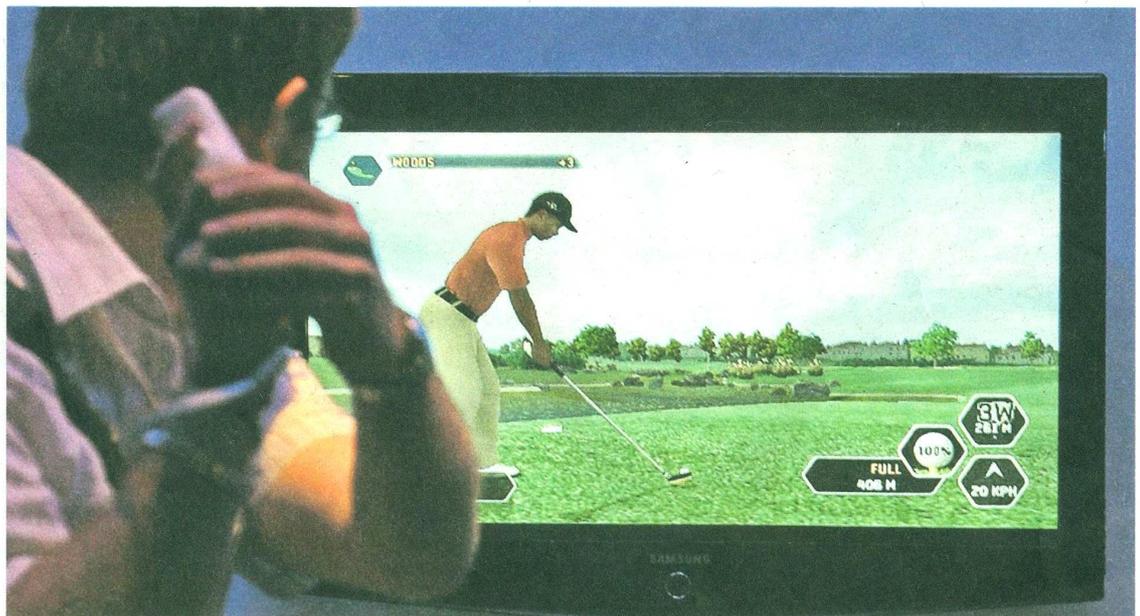
Los videojuegos dejaron de ser ese entretenimiento exclusivo de los más chicos para conquistar a los adultos, principalmente varones, que se divierten sin culpas durante horas.

«Es lógico que los adultos de entre 30 y 37 años sean fanáticos porque son parte de la generación con la que empezaron los videojuegos», explicó Gastón Casanova, director de la tienda XUruguay, junto a Gabriel Dittrich.

Coincidió Roberto Balaguer, psicólogo e investigador en temas de cultura digital: para esos treintañeros, «gran parte del juego pasaba por los videojuegos (durante su niñez) por lo que no es de extrañar que de grandes siguieran con la misma actividad».

Asimismo, hubo un cambio cultural que implicó que «se recuperara el juego para los adultos», y los precios de los productos bajaron sensiblemente, por lo que más familias pudieron acceder a este tipo de entretenimiento, afirmó Balaguer. De todos modos, las consolas de última generación (léase Xbox, Playstation y Wii) cuestan entre US\$ 400 y US\$ 800 en la plaza local.

El que los grandes tomaran los *joysticks* puso de parabienes a los desarrolladores de juegos y en especial a los fabricantes de consolas —Sony (Playstation), Microsoft



Realismo. Las consolas de última generación son capaces de replicar fielmente los movimientos del jugador.

(Xbox) y Nintendo (Wii)— por la explosión de las ventas en los últimos años.

No obstante, la industria formal padece el lastre de la piratería y una merma en la colocación de plataformas en todo el mundo que en 2012 cayó un 33%, de acuerdo al Instituto de Investigación de Mercado GfK Emer.

En Uruguay, la importación de consolas, juegos y accesorios de videojuegos también fue crecien-

do exponencialmente: en 2008 totalizó US\$ 1,4 millones, en 2010 trepó a US\$ 4,8 millones (más del triple) y el año pasado llegó a US\$ 4,9 millones. Sin embargo, el pico más alto se registró en 2011, cuando las importaciones sumaron US\$ 5,9 millones, según datos de Uruguay XXI.

Las ventas se concentran por lo general en enero, agosto y diciembre por Reyes, Día del Niño y Navidad, respectivamente.

Los desarrolladores de juegos locales producen para los dispositivos móviles y social media porque los costos son más bajos que los de las consolas

Así como se elevaron las ventas y las ganancias en la industria formal e informal, también aumentaron las exigencias de los jugadores, y la capacidad de las consolas, que ya no sólo reproducen videojuegos, sino que permiten conectarse a Internet y celebrar partidas *online*, bajar actualizaciones de juegos e incluso comprar películas.

El gran avance que dio esta industria vino como resultado de la permanente búsqueda de realismo en la experiencia de juego; muy atrás quedó el romanticismo del Pong, el juego 2D que simulaba al tenis de mesa, nacido en 1972 y conocido como el primer videojuego de la historia.

Como en el mundo, los títulos más populares en Uruguay son los de Playstation y Xbox y dentro de

ese universo, los juegos de guerra como *Call of Duty*, *Medal of Honor* y *BattleShip*, son de los más solicitados por los jugadores.

Empero, el primer lugar del podio lo tienen los juegos de fútbol, encabezados por las sagas FIFA y *Pro Evolution Soccer*, en torno a los cuales se multiplican las comunidades de jugadores que comparten trucos, consejos y descargas. «Los juegos de fútbol en Uruguay son gigantes por razones obvias, el *Pro Evolution* y FIFA son casi religión», analizó Gonzalo Frasca, catedrático de videojuegos de la Universidad ORT.

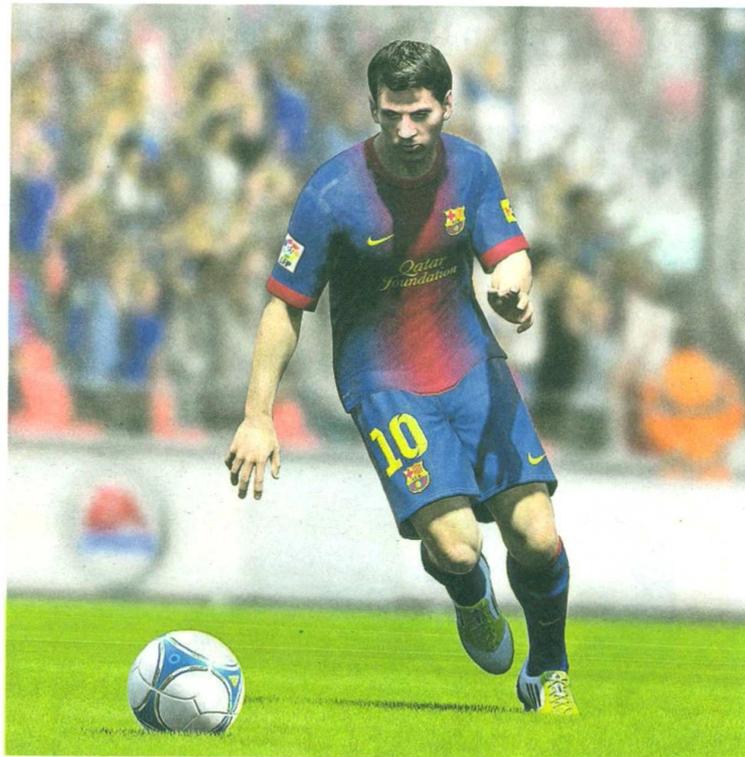
Para el Wii, el preferido por el público infantil y familiar, las aventuras del fontanero bigotudo Mario Bros, el bowling y el tenis son los juegos más requeridos.

Los juegos originales oscilan entre los US\$ 80 y US\$ 180, en unas diez veces más que las copias piratas que se venden en las galerías o en los puestos callejeros.

JUGADORES Hardcore

Desde siempre, el público de las consolas ha sido masculino, joven y de pasarse varias horas jugando (la jerga los define como jugadores *hardcore*). Pese a ello, «la mujer cada vez se está animando más a esto de los juegos», comentó el dueño de un local. En EE.UU., el 47% de los videojugadores son mujeres, según la Asociación del Software de Entretenimiento.

En cambio, en las nuevas generaciones no existen grandes diferencias, por lo que la sentencia de que «los neños juegan al Play y las neñas con las muñecas», ya no se sostiene. «Las niñas de cinco o seis años se están acostumbrando a ser



FIFA 13. El juego de EA Sports es uno de los más populares entre los gamers.

videojugadoras. Ahora se unificó: las neñas juegan tanto como los varones a los videojuegos», resaltó Casanova.

Por la creciente diversidad de consumidores de videojuegos y la amplitud de soportes (a las consolas, se suman las tablets y *smartphones*) es que se está afianzando la tendencia de que «los juegos se van haciendo menos machistas y orientados a un público masculino joven», dijo Frasca.

El juego con amigos —simultáneamente o tomando turnos, por Internet o todos juntos en el mismo lugar—; el compartir la

experiencia en redes sociales; el auge entre las familias de los juegos que replican los movimientos del usuario, son otras tendencias del mercado.

A nivel internacional se observa el crecimiento del *freemium* (categoría de juego gratuito pero que ofrece descargas pagas de actualización), una moda que aún no pegó en Uruguay porque «no hay costumbre de pagar» por jugar, señaló Frasca.

Ese aspecto y el que el mercado local sea reducido ha hecho que la decena de estudios formales que trabajan localmente en general no

El Playstation 4 le quita el sueño a varios fanáticos

Los amantes de los videojuegos ya se frotan las manos a la espera del Playstation 4 (PS4), anunciado días atrás. Algunos comerciantes señalaron que ya han recibido consultas sobre la fecha en que la nueva consola de Sony estará disponible en Uruguay. La plataforma supone un paso adelante en el desarrollo de la marca, luego de que su predecesora saliera hace siete años. El *joystick* del PS4 traerá *touchpad*, un «botón para compartir» y una barra luminosa, que permitirá que una cámara exterior pueda seguir el movimiento del jugador. Además, la consola permitirá grabar, hacer streaming, enviar videos de las partidas e interactuar con amigos durante el juego. ■

produzcan juegos para Uruguay. La industria del software exporta más de US\$ 200 millones, de los cuales una tajada corresponde al sector de los videojuegos.

La mayoría de los desarrollos están dirigidos a los dispositivos móviles y las redes sociales y no para las consolas, por razones presupuestales, precisó el experto, cofundador de una de las principales firmas del sector, Powerful Robot.

En el segmento portátil, los Angry Birds son imbatibles. El videojuego de la firma finlandesa Rovio Mobile, superó ya las 1.000 millones de descargas. ■