

En su catálogo de Navidad, Swiss Supply, una compañía dedicada a la venta de relojes de altísima gama, exponía este año un artículo fuera de lo normal: una Game Boy original con un baño en oro de 18 kilates, con una hilera de diamantes rodeando la pantalla y un botón de encendido también de diamante. El precio de la consola ascendía a 37.000 euros. Lejos de ser un artículo de lujo, las videoconsolas han vivido un proceso de introducción en los hogares más mucho más veloz que la televisión o cualquier otro aparato de entretenimiento.

"La máquina que más rápido -cinco años- ha llegado a los cien millones de unidades", se preciaban los directivos de Sony el pasado 30 de noviembre, cuando la PlayStation 2 alcanzó tan redondo dígito de aparatos en el mercado. Se calcula que 8,5 millones de españoles juegan de manera habitual. En 2004, se gastaron más en esta forma de ocio (cerca de 800 millones de euros) que en adquirir legalmente música (apenas 463 millones) o en ir al cine (691 millones). Navidad, época en la que se concentra el 40% de las ventas del ramo, ha sido la puntilla para un año en el que, aún sin datos de la industria, se espera un crecimiento del 14%.

España es el cuarto país de Europa donde más se juega. Con una penetración del 25%, el recorrido sigue siendo enorme, aunque está lejos del 80% del mercado estadounidense. Y eso que el balance de 2005 puede calificarse de "flojo".



Una imagen de la consola PlayStation Portátil (PSP) de ocho metros de ancho que está colgada en el pasillo en la estación de Tokio.

Hacia el juguete total

Las videoconsolas han roto la barrera del público juvenil, el sector crecerá un 16% de media durante los próximos cinco años, con las mujeres y treintañeros en el centro de la diana

de "flojo". A la espera de la llegada de la tercera generación de consolas, que aterrizará con los nuevos lanzamientos previstos por Sony -la PS3 se espera para primavera, pero su estreno puede ser este enero- y Nintendo, a los que se ha adelantado la Xbox360 de Microsoft; entre febrero y septiembre se vendieron 324.000 unidades, un 13% menos que en el mismo periodo del año anterior, según datos de la firma analista GFK.

Pero no todo es alegría. Pese al aumento de las ventas, la caída de la facturación fue muy fuerte (un 24%), debido a la guerra de precios.

Sin embargo, la patronal Adese considera que en 2005 se han podido vender en torno a 2,3 millones de consolas, 600.000 más que en 2004, en parte gracias al multimillonario lanzamiento de la nueva Xbox360 a

finales de noviembre pasado, de la que esperan distribuir de 50.000 unidades en la recta final del año.

El mundo del videojuego vive en plena transformación, camino de convertirse en el juguete total. En 2005, el testigo lo han tomado las consolas portátiles como Nintendo DS y Sony PSP. Según GFK, las ventas han crecido un 96% entre febrero y septiembre y ya suponen el 52% del mercado español, cuando hace un año no alcanzaban el 33%. De este boom se han beneficiado terceros jugadores, como las editoras de juegos, aunque apenas hay en España, y las operadoras telefónicas, gracias a las descargas en móviles.

LA FUERZA DE LA VIDEOCONSOLA

- Se calcula que 8,5 millones de españoles juegan de manera habitual. En 2004, se gastaron en esta forma de ocio, cerca de 800 millones de euros, más que en ir al cine o en música.

- España, donde ocho de cada diez niños prefieren un videojuego a cualquier otro juguete, es el cuarto consumidor de Europa. Sin embargo, el jugador medio tiene 30 años y los expertos auguran un crecimiento del sector del 16% anual hasta 2009.



- En cinco años, Sony ha puesto cien millones de PlayStation 2 en el mercado, 37 de ellos en Europa. Entre diciembre y marzo verán la luz la tercera generación de consolas, más baratas, versátiles y potentes.

- El futuro pasa por el aumento de aparatos portátiles e híbridos, conectividad inalámbrica e inteligencia artificial. Este año, Nintendo instalará en todo el continente 25.000 repetidores Wi-fi en Europa.

A gran velocidad, los videojuegos han entrado en el mercado de masas. Sólo en EE UU, la nueva Xbox360 vendió entre 300.000 y 400.000 unidades en dos semanas y, hasta el mes de septiembre de este año, Sony afirmaba haber distribuido 1.860 millones de videojuegos. No hay estreno de cine dirigido a los jóvenes al que no siga una versión en forma de entretenimiento electrónico. 'Harry Potter y el Cáliz de Fuego', 'Las Crónicas de Narnia', 'Chicken Little...' son ejemplos recientes. Los periódicos los regalan en sus ediciones dominicales y hasta las webs de los paquetes de cereales atraen con ellos a los más pequeños. ¿Con qué estrategia?

Nuevos Productos

Una mezcla de márketing transversal, personajes famosos, significativas mejoras técnicas y originalidad. Asimilan ingredientes que despiertan el interés del gran público, como Fernando Alonso, el Mundial de fútbol, series de dibujos animados y comics, para entrar por los ojos. Los juegos han dejado de llamarse 'Giants of Glory' o 'Total Race' a bautizarse como 'Matrix', 'Torrente' o 'Dragon Ball'.

No siempre sale bien y en el fracaso se arrastra al deportista, artista o entidad involucrada. Aunque, en la mayoría de los casos, es cuestión de la cantidad de dólares invertidos. Para el desarrollo de 'Halo2', el videojuego para XBox de Microsoft, se invirtieron 40 millones de dólares. Pero fue rentable. Sólo en su lanzamiento en Estados Unidos, facturó 125 millones de dólares, por encima de los 107 millones de la película Spiderman.

Mal que le pese a Microsoft, Sony es la reina de

la industria del videojuego. Y es que, en su PS2 se unieron desde el primer momento varios factores que la convirtieron en líder: el éxito de la primera versión, y su condición de ser la primera –sin contar Dreamcast– La PS2, y por tanto su heredera PS3, es sin discusión la líder y no sólo gracias a su amplio catálogo de juegos –quién no conoce ya 'Resident Evil', 'Final Fantasy', 'Silent Hill', 'Need For Speed', 'Gran Turismo', 'Grand Theft Auto', los mangas 'Ghost in the shell' o 'Dragon Ball', e incluso 'Los Sims', 'Pro Evolution Soccer...'–, mucho mayor que el de sus competidoras. También es la que se puede piratear y, además, decenas de revistas independientes escriben sobre sus productos y sus juegos copan las estanterías de las tiendas de alquiler.

Por eso, la estrategia de Microsoft para su nueva Xbox 360 es arrebatar a Sony parte de los millones de jugadores que consideran la PS2 como sinónimo de videoconsola, por ejemplo, patrocinando el próximo mundial de fútbol que se celebrará en Alemania o lanzando al mercado más de cien nuevos juegos manga en Japón, tal y como ha anunciado. 12.000 millones de dólares de inversión dan para mucho.

Con todo, el camino es lento e incierto, aunque con alguna alegría: el primer fin de semana de su lanzamiento las grandes cadenas estimaban unas ventas de 70.000 unidades sólo en el Reino Unido. La multinacional espera vender

tres millones de consolas hasta el mes de febrero, momento en que será lanzada también en algunos países de Asia, y 5,5 millones hasta el verano.

Mientras, la publicidad de Sony se centra en mostrar su poder a base de mensajes conceptuales, tan surrealistas como vistosos, sin apenas mostrar sus juegos o consolas,

Sony es la reina de la industria del videojuego, pese a los intentos de Microsoft con la última Xbox



finalizando sus anuncios con un potente logotipo. Por otro lado, Sony ha apostado mucho más por los juegos 'anime y manga'. En Japón, ocho de cada diez juegos de PS2 son de esta temática y parece que esta opción es muy valorada por sus seguidores.

Los niños lo tienen claro: el 78% preferirían como único regalo un videojuego a cualquier otra cosa. Sin embargo, el mercado de los juegos está orientado a todos los públicos, hasta el punto de que, hoy por hoy, el jugador tipo tiene 30 años y la franja de edad que más consume es la comprendida entre los 35 y los 45.

Ataques moralistas

No son pocas las voces que se han levantado durante 2005 contra los "perniciosos" valores que supuestamente fomentan los videojuegos. El senador Joe Liebermann, conocido enemigo de la industria, afirmó recientemente que "cada vez hay más pruebas de que hay relación entre

los videojuegos violentos y el comportamiento violento en los niños. No nos interesa censurar los videojuegos para adultos, pero queremos asegurarnos de que los menores no los compren", en alusión a una propuesta de ley antivideojuegos promovida por Hillary Clinton el pasado verano. "Nuestra ley ayudará a conseguirlo imponiendo multas a aquellos vendedores que vendan juegos para adultos a menores", añadió.

La industria y los distribuidores del ramo no tardaron en responder, poniendo la responsabilidad final en los padres, y su necesaria educación ante esta forma de ocio, para que controlen a sus hijos. Al otro lado, organizaciones conservadoras, grupos religiosos y medios de comunicación, que han hecho de 'Metal Gear Solid', 'Carmageddon' y, especialmente, 'GTA San Andreas', blanco de sus críticas. El último escándalo ha saltado en torno a un videojuego aún no estrenado, 'Bully', creado en Canadá por la firma que dio vida al superventas San Andreas. El juego desarrolla la historia de un joven estudiante que llega a una nueva escuela y no duda en utilizar la violencia para hacerse respetar. Las quejas se han hecho oír en Reino Unido, Australia, EE UU y España.

Varias voces se han levantado en EE UU contra el contenido de los juegos para niños. En Europa se aplica el código PEGI para clasificar los juegos

Populismo, ignorancia y pretendido moralismo se esconden detrás muchas de las persecuciones, lo que ha perjudicado a las campañas que realmente sí encuentran motivos suficientes. Más aún cuando el número de juegos recomendados para adultos es ínfimo (el 4% del total), y, sobre todo, las calificaciones por edades y contenidos están definidas y expuestas con toda claridad.

I N D U S T R I A P E R S E G U I D A

- En 2005 numerosas voces se han alzado contra la violencia que desprenden los videojuegos, como la senadora Hillary Clinton —que en verano presentó un proyecto de ley antiviolencia—, grupos conservadores y cristianos.
- De los mil juegos que se lanzaron en 2004, apenas el 1% estaba catalogado para adultos. Un arrebato de aparente moralidad consiguió en agosto que el popular juego San Andreas fuera clasificado como tal después de haber vendido cinco millones de copias.

- Las nuevas consolas permitirán restringir los contenidos violentos y sexuales de los juegos. Pero la educación de los padres y una mayor atención a sus hijos debe sustituir a las persecuciones indiscriminadas de juegos y desarrolladores.
- La fuerte ola de conservadurismo en EE UU ha espoleado la popularidad de juegos de contenido cristiano. A The Biblia Game, un juego de preguntas sobre la Biblia, que fue el primero en llegar a la PS2, le ha seguido Left Behind-Eternal Forces.

Enrique Dans
Profesor del Instituto de Empresa



Una segunda vida

Piensese por un rato en la segunda vida que le gustaría tener. Imagínese que pudiese, sin renunciar ni perjudicar su vida normal, ser además alguien diferente. Vivir situaciones muy distintas de las habituales, probar cosas imposibles que nunca haríamos, someternos a situaciones impensables... volar, matar, conquistar países, disparar sofisticadas armas, ser rico, luchar contra el mal o robar coches y conducirlos como un loco son cosas que el común de los mortales, decididamente, no suele hacer (a no ser que se sea "un tanto peculiar"). Serían ocurrencias absurdas, opciones arriesgadas o locuras que se salen de lo normal. Sin embargo, el cerebro humano es un arma poderosísima, capaz de recrear y de sumergirse en situaciones de extraordinaria viveza durante, por ejemplo, una película. Mucha gente llora en las películas, sin querer aislarse del hecho de que la acción no existe, no está ocurriendo. El cine es un arte de enorme popularidad a pesar de que nuestra participación como espectadores, si lo piensa, prácticamente nula.

La industria de los videojuegos genera miles de millones de dólares, rivaliza con Hollywood en sus producciones, y tiene modelos de negocio que algunos ven incluso más sostenibles. Si no lo ha probado nunca, debería. No hablo de echarse una partida con la consola en el salón de casa, sino de meterse en un juego "de verdad", en un escenario virtual multiusuario bien recreado, una inmersión completa en un mundo diferente. La experiencia ha tentado ya a muchísimas personas, entre otras a personajes conocidos como Humberto Eco o Joi Ito, emprendedor japonés y uno de los bloggers más leídos del mundo. Probar juegos como el World of Warcraft (WOW), el Halo o el OGame, por citar algunos, es una experiencia de inmersión total, para la que es necesario destinar algo más que simplemente unas horitas de un domingo aburrido. Al entrar, el aspecto es muchas veces el de "tan sólo un juego". Sin embargo, hablamos de mundos virtuales en los que las personas interactúan, juegan en equipo, asumen papeles determinados, se desarrollan, y llegan al punto de crear monedas virtuales, realizar transacciones económicas o incluso hacer aparecer economías paralelas en las que, por ejemplo, jugadores avezados se ofrecen para pasar niveles a otros que se han atascado en ellos.

La prensa, por el momento, se ha centrado en la parte más amañada del fenómeno: la persona que murió tras pasarse horas delante de la pantalla, la denuncia de un jugador por el robo de los objetos virtuales que poseía, o el asesinato de un jugador que hizo perder a otro varios niveles de prestigio. Pero no se confunda: en el mundo de los juegos virtuales hay mucha, muchísima gente, y no son seres de marcada peligrosidad social. Son personas capaces de vivir, además de su vida real, una vida virtual, sin que esto signifique en modo alguno que la primera vida no sea satisfactoria. Tengo claro que la vida virtual será, cada día más, nuestra segunda vida, planteada no como sustitución de la primera, sino como complemento o adición de la misma. La vida es corta, ¿por qué limitar a las leyes de la física o a los convencionalismos sociales las experiencias que podemos vivir en ella? Disfrute, además, de una segunda vida.

En Europa se aplica el código de clasificación de contenidos PEGI, que se utiliza en 24 países e informa a los adultos sobre las edades recomendadas y sobre los contenidos conflictivos que pueda tener cada título.

Sin duda han tenido su efecto. Las nuevas consolas, desde la nueva Xbox a las futuras PS3, de Sony, y Revolution, de Nintendo, incluyen los llamados "sistemas parentales de control", con perfiles de jugadores, de forma que los padres regularán los contenidos y el acceso a Internet.

El futuro

Lo que sí ha conseguido la fuerte ola de conservadurismo en EE UU ha sido espolear la popularidad de juegos de contenido cristiano. 'The Biblia Game', un juego de preguntas sobre la Biblia, fue el primero en llegar a la PS2, al que le ha seguido 'Left Behind-Eternal Forces', en el que se enfrentan las fuerzas demoníacas y angelicales en el final de los tiempos.

En un año en que el premio Nobel de Economía ha recaído en dos estudiosos de la teoría de juegos, cada vez hay

Steven Spielberg ha firmado un acuerdo con Electronic Arts, una de las grandes del sector, para intervenir en la creación de tres videojuegos

más gente que no sabe lo que era un Spectrum o una Super Nintendo y empieza a jugar, sea cual sea su edad. Desde un simple Trivial hasta los juegos para adultos 'Playboy The Mansion', el soez y alcohólico 'Leisure Suit Larry' o '7 Sins', que simula al popular The Sims. Al igual que en el sector cinematográfico, las producciones son cada vez más caras, una vez que se sabe que se van a consumir en todo el mundo. El propio Steven Spielberg ha firmado un acuerdo con Electronic Arts, una de las grandes del sector, para intervenir en la creación de tres juegos.

El negocio de consolas y videojuegos ya es global, así que su margen de crecimiento se centra en el público adulto y femenino, el mundo árabe y China. Tres tendencias: conectividad inalámbrica, aparatos portátiles e híbridos, e inteligencia artificial; serán el futuro. Este año Nintendo Europa instalará en todo el continente 25.000 repetidores inalámbricos Wi-Fi para poder jugar on line con su consola portátil Nintendo DS. Además, la sofisticación de los juegos no vendrá exclusivamente de la mano de las posibilidades técnicas o el hiperrealismo de sus gráficos. Una tercera generación de juegos abrirá la puerta a la inteligencia artificial. Un ejemplo es el juego 'Saint's Row', ambientado en una ciudad abierta como San Andreas, que llegará en 2006 y donde los personajes que no maneja el jugador decidirán si llaman a la policía o no. □