

JUEGOS



Las aventuras de un caballero templario en la Tercera Cruzada se recrean en Assassin's Creed, la última novedad de Ubisoft, que se presenta en la feria E3.

El éxito de las consolas de Nintendo trastoca la industria del videojuego

Producciones modestas de juegos se benefician del éxito de Wii, mientras que sufre la multimillonaria inversión en grandes títulos para la PS3 ● Sony rebaja 100 dólares el precio de su consola para animar las ventas en EE UU

PEP SÁNCHEZ

La feria Electronic Entertainment Expo (E3), que se celebra esta semana en California, vive un año de cambios. La principal novedad no es un producto, sino la industria misma: la fulgurante irrupción de las consolas para jugadores ocasionales de Nintendo, la portátil de doble pantalla DS y la de sobremesa Wii, con su detector de movimientos. En Japón Wii supera por seis a uno las ventas de PlayStation 3, nacida para renovar el reinado de los 100 millones de PlayStation 2 que hay en el mundo.

El éxito sin precedentes de Wii pone en jaque a los editores y a los estudios de desarrollo de videojuegos, que tienen el foco puesto en las consolas tradicionales mientras lo que está triunfando son los juegos ocasionales que se usan de forma intuitiva, como los de tenis para Wii o el *Brain Training* para la Nintendo DS. Juegos más baratos de producir y que disfrutan del éxito que arrastra la consola que los cobija. En cambio, las producciones supermillonarias para consola de altas prestaciones ven menguar su mercado.

Sin datos globales para Estados Unidos, se sabe que la indus-

tria del videojuego va bien. De hecho, lleva 10 años que no deja de crecer anualmente. Las ventas en mayo en Estados Unidos fueron de 815 millones de dólares, un 49% más que en el mismo periodo del año anterior. En España, en todo 2006, se facturaron 967

millones de euros. Estas cifras son cortas pues no cuentan las ventas para PC ni tampoco las cuotas, de unos 15 dólares mensuales, que pagan más de siete millones de aficionados por los juegos *online*.

Según los datos americanos DS y Wii están dando la campanada,

con 423.000 y 338.000 unidades vendidas respectivamente, frente a las 155.000 de Xbox 360 y las 82.000 de PS3, que rebajará su precio en 100 dólares, hasta dejarla en 499, de momento sólo en Estados Unidos y Canadá.

Pasa a la página 8

Jugar a la vez en la calle y en el ordenador

MANUEL ÁNGEL-MÉNDEZ

La misión no parece fácil: liberar a los prisioneros de la Torre de Londres. Los jugadores deberán descolgar cuerdas por las paredes de la prisión, sobornar a centinelas y evitar ser capturados por los Beefeaters, los guardias de la Torre. Podría ser una aventura de cualquier consola. Sin embargo, para este juego se necesita algo más: estar físicamente en la Torre de Londres.

Con esta idea, HP quiere entrar de lleno en la industria del juego. Tras la compra de Voodoo PC, su apuesta se llama mScape, un *software* descargable en aparatos móviles a través del cual la gente puede combi-

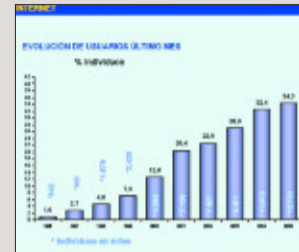
nar en una sola experiencia el espacio real en el que se encuentran con las aventuras de un videojuego. La Torre de Londres ha sido uno de los lugares escogidos por HP para probar la viabilidad de la tecnología. Mediante la ubicación de sensores en la zona, tecnología RFID y el uso de GPS, el *software* reconoce la ubicación de cada participante. A medida que un jugador se desplaza, recibe en su consola instrucciones sobre cómo liberar a los prisioneros virtuales, alertas sobre la proximidad de guardias reales (equipados con sensores que emiten señales) e información sobre la situación del resto de jugadores.

La iniciativa de HP confir-

ma la tendencia de la industria del juego hacia lo que los desarrolladores llaman el *physical gaming* ('juego físico').

"La propia evolución tecnológica ha apoyado la idea de unir lo físico y lo virtual, y una opción es usar aparatos móviles para interactuar en un juego con un entorno real", explica Antonio Osorio, director de tecnologías emergentes de HP en España. "Veremos los resultados en dos o tres años". En torno a esta idea han surgido múltiples empresas e institutos de investigación; en algunos, como el Trans-Reality Game de Estocolmo, participan compañías como HP, Nokia y Sony.

Pasa a la página 9



Estadísticas

Más del 40% de la audiencia española en Internet ya es femenina, según EGM

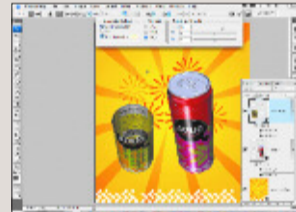
Página 3



Empresas

Paul Walker, director general de Sage: "Las 'pymes' tienden al 'software' bajo demanda"

Página 6



Programación

El nuevo Adobe integra y agiliza el trabajo gráfico

Página 7

TRIBUNALES

Nueva sentencia contra el cobro de la SGAE en bares musicales bajo Creative Commons

R. BOSCO / S. CALDANA

Los bares que emiten música bajo licencia Creative Commons no han de pagar a la SGAE ninguna cantidad por comunicación pública. Ésta es la conclusión de una sentencia del juzgado número 8 de León, la segunda que los jueces españoles emiten en este sentido.

"Las licencias Creative Commons, son distintas clases de autorizaciones que da el titular de su obra para un uso más o menos libre o gratuito de la misma", explica la sentencia.

Pasa a la página 6

JUEGOS

La industria experimenta con la fusión entre el mundo real y el virtual

Proyectos como mScape o La Fuga, de la española Négone, apuestan por juegos físicos

Viene de la primera página

En uno de sus juegos de mayor éxito, los jugadores se lanzaron a las calles de Londres equipados con PDA en busca de un personaje llamado Uncle Roy. Jugadores *online* podían participar también en la partida. Todo de forma simultánea y con plena interacción entre el mundo real y el virtual.

Si bien HP y Sony (con la inclusión de GPS en la PSP) experimentan con llevar el juego a la calle, ha sido Nintendo quien ha triunfado llevando el componente físico al hogar. En ambas tendencias, el objetivo es atraer a los jugadores no tradicionales, eliminar las barreras entre la máquina y la persona, y convertir la experiencia en algo más cercano al mundo real. "La principal barrera que se encuentra quien nunca se ha enfrentado a un videojuego es el mando; se necesita aprendizaje y es complejo", explica Luis Fernández, jefe de desarrollo de la productora española Pyro Studios. "Eliminando esta barrera imitas los movimientos en la vida real".

Del Eye Toy a Négone

El furor por la Wii ha llevado a las compañías de desarrollo a volcarse en la creación de juegos con componentes físicos. En Pyro Studios, 30 personas trabajan en probar y analizar cientos de movimientos y mecánicas de juego en busca de una experiencia novedosa. Esperan lanzar un juego para la Wii a finales de 2008. Mucho antes que Nintendo, Sony se coló en el terreno de lo físico con su Eye Toy, una cámara que traslada a la pantalla la imagen y los movimientos de los jugadores, convirtiendo el cuerpo en el mando de la consola. En España se han vendido un millón de unidades.

Donde los juegos con componente físico han calado hondo es en Estados Unidos. Allí han acuñado el término de *exergaming* (combinación de 'ejercicio' y 'juego' en inglés) para referirse a la práctica de ejercicio mientras se juega. Desde videojuegos como *NeoRacer*, en el que se conecta una bicicleta portátil a la consola para avanzar o frenar en carreras de coches, hasta el furor por el *Dance Dance Revolution*, pasando por gimnasios con máquinas conectadas a consolas para practicar boxeo y maratones. Incluso Nintendo reconoce que está desarrollando un nuevo juego, el *Wii Health Pack*, a través del cual se realizarán ejercicios y el jugador sabrá su ritmo cardíaco y estado físico.

En España, algunos proyectos siguen la tendencia. Es el caso de Négone, compañía detrás de La Fuga, un juego cercano a iniciativas como la de HP en el que el objetivo es escapar en el menor tiempo posible de una prisión futurista. La prisión es un local de más de 4.000 metros cuadrados en pleno centro de Madrid donde los participantes acuden a vivir su aventura. Cada jugador, utilizando una consola portátil equipada con RFID, va sorteando obstáculos y acertijos cibernéticos a lo largo de varias salas hasta llegar a la prueba final. La diferencia con un juego físico convencio-

nal es la posibilidad de continuar el juego *online* desde casa, interactuando con la comunidad de jugadores.

"La tendencia es hacia los juegos inmersivos", afirma Javier Villar, director de Négone. El proyecto, que tuvo que frenar sus planes de expansión en Estados Unidos por problemas de patente, espera desembarcar en Londres o Nueva York a finales de 2008.

¿Cuán importante será la tendencia a combinar experiencias físicas y reales en un juego? "Es complicado predecirlo, pero yo veo limitaciones; dar espadazos al aire durante 20 minutos es divertido, pero si le quieres dedicar dos horas, es imposible", afirma Luis Fernández.

HPMSCAPE: www.hpl.hp.com/mediascapes
MIXED REALITY LAB: www.mrl.nott.ac.uk
NÉGONE: www.negone.com



Négone propone combinar el juego digital con el físico.

CWF: ZERODIOT

Para que a tus ideas no les corten las alas

XIII PREMIOS BANCAJA JÓVENES EMPRENDEDORES 2007

425.000 € EN PREMIOS

Si tienes hasta 35 años y una buena idea para un negocio, te ayudamos a hacerlo realidad. Tienes hasta el 30 de septiembre de 2007 para presentar tu proyecto. Infórmate en www.elcompromisosocial.com o en cualquier oficina de Bancaja.

Soluciones para tus proyectos

Bancaja

Si no es bueno para ti, no es bueno para nosotros