

El poder de atracción de las videoconsolas

Las videoconsolas, populares ya a finales de los años setenta por permitir jugar a los 'marcianitos' desde el televisor del salón, son hoy el principal mercado del ocio moderno



La pelea que diariamente se vivía en muchos hogares españoles por la posesión del mando de la televisión ha cambiado de objetivo. Lo que se disputan en estos momentos padres, hijos, amigos y familiares son los mandos de la videoconsola.

En los últimos años los videojuegos son el entretenimiento infantil y juvenil estrella. Así se deduce de la diversidad de juegos interactivos que ofrece el mercado y, también, de las videoconsolas.

Actualmente, el sector de las videoconsolas de sobremesa lo copan tres empresas: Nintendo, Microsoft y Sony, que tienen como productos en el mercado la Wii, la Xbox

y la PlayStation respectivamente.

Los números no dejan lugar a dudas respecto a su penetración en la sociedad de consumo: en septiembre de 2007 las ventas mundiales de la consola Wii de Nintendo se cifraban en 9 millones de unidades, las de la Xbox 360 de Microsoft en 8,9 millones de unidades y las de la PlayStation de Sony 3 en 3,7 millones de unidades.

PlayStation 3, potente y cara

Sony abarca todos los sectores del ocio y su videoconsola PlayStation 3 (PS3) sirve tanto para jugar a los videojuegos de la casa como para

reproducir las películas en alta definición que se venden en los discos Blu-ray, uno de los dos nuevos formatos que se disputan la sucesión del DVD y que tiene en la multinacional japonesa a su gran impulsora.

El principal valor de la PS3 frente a sus competidoras (la Wii y la Xbox) es que cuenta con el procesador de gráficos más potente del mercado, compuesto por ocho procesadores que trabajan coordinados por uno central.

Esto le permite ejecutar juegos muy complejos a gran velocidad y en pantallas muy grandes, como las de los televisores de plasma y LCD. Además, su conectividad wifi la hace útil para descargar

videojuegos desde Internet sin el problema de los cables.

El talón de Aquiles de la PS3 es su precio, que le ha hecho perder puestos en la lista de ventas. Según la capacidad de almacenamiento de cada modelo de PS3 (que oscila entre los 20 Gigabytes y los 120 Gigabytes), su precio se sitúa entre los 399 euros y los 599 euros. Sony trata de bajar estas cantidades de trimestre en trimestre, pero no logra subir el volumen de ventas.

Xbox 360, la continuidad bien entendida

Microsoft está desarrollando una labor acertada con su apuesta por el mercado de videoconsolas, gracias a la perfecta combinación de los videojuegos que ofrece con unos aparatos que mejoran en cada versión, eso sí, sin perder la compatibilidad de los juegos diseñados para las anteriores versiones. De este modo, siempre se suman opciones.

Aunque la potencia de procesado de gráficos no es la misma que en la PS3, los tres procesadores independientes con que cuenta la Xbox 360 son más que suficientes para dar excelentes resultados con los juegos actuales. Además, con cada evolución del modelo Xbox, Microsoft introduce una nueva temporada (o versión) de sus videojuegos más conocidos.

Uno de sus videojuegos más exitosos es Halo 3, un juego de guerra del que se han hecho grandes campañas publicitarias. Por otro lado, su

precio es considerablemente más bajo que el de la PS3. La versión más barata cuesta 280 euros y la más cara 450 euros.

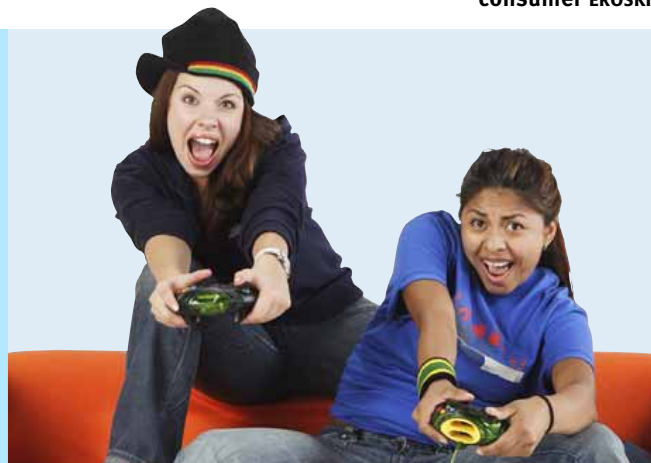
Wii, la revolución está en el mando

Durante el último año el mercado ha sido dominado por una recién llegada; una consola en su primera versión. Si Nintendo tuvo en su día la Game Cube como modelo de sobremesa, ha roto completamente con ella para poner la magia en los mandos.

El conocido como 'Wii mote' es un mando inalámbrico capaz no sólo de interpretar la intensidad que se le da a cada movimiento, sino también de detectar su rotación en un espacio de tres dimensiones. De esta manera, el mando puede reproducir en pantalla un golpe de raqueta o de un palo de golf, por ejemplo.

Aun contando con un excelente procesador, la principal causa para ser la consola más vendida está en la naturalidad que transmite el mando de la Wii a un jugador cualquiera. El hecho de que cada movimiento se realice de un modo natural logra que los juegos resulten mucho más sencillos.

Otro aspecto que la hace especialmente interesante es su conectividad wifi a Internet, que permite jugar desde la consola y con jugadores que no están físicamente presentes. A este elemento positivo hay que sumar el hecho de que la Wii es la consola más barata del mercado, ya que su precio medio se sitúa en los 240 euros. ★

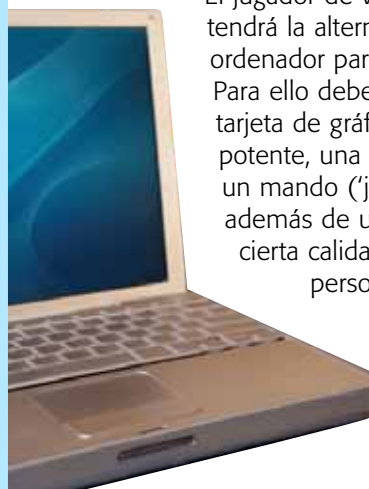


PROBLEMA DE INCOMPATIBILIDADES

Cuando el usuario compre una videoconsola debe tener en cuenta los juegos específicos para ese modelo concreto. Cada una tiene su catálogo y son pocos los que tienen la cualidad multiplataforma (posibilidad de reproducirse en más de una marca de videoconsolas), aunque es habitual que los más populares estén confeccionados para Xbox y Play Station, por ejemplo.

Se encuentran, sin embargo, juegos legendarios, como la saga The Legend of Zelda o la saga Halo, exclusivos de una marca. El primero de los citados está fabricado desde sus inicios por la propia Nintendo para sus videoconsolas, y es el juego estrella de la Wii. El segundo, en su tercera parte Halo 3, es el ariete de la Xbox para posicionarse en los puestos de cabeza en cuanto a ventas. También Halo está fabricado por Microsoft en consorcio con otras empresas. Otros juegos de gran éxito y renombre, como Grand Theft Auto, también conocido como GTA o San Andreas, son accesibles desde cualquier plataforma u ordenador.

JUGAR DESDE EL ORDENADOR



El jugador de videojuegos siempre tendrá la alternativa de utilizar el ordenador para jugar con ellos. Para ello deberá contar con una tarjeta de gráficos (un procesador) potente, una tarjeta de sonido y un mando ('joystick') periférico, además de una pantalla con una cierta calidad. Ésta una elección personal, y hay algunos usuarios avanzados que se inclinan por el Pc.