¿Qué `mató´ Pokémon Go? - Mediterráneo - 29/11/2017

REPORTAJE

¿Qué 'mató' Pokémon Go?

Una investigación liderada por un profesor de la UJI analiza las causas del 'boom' y posterior decadencia del videojuego, y concluye que la falta de interactividad favoreció que entrara en declive

C.T.
mediterraneo@epmediterraneo.com
LOCALIDAD

Jóvenes móvil en mano tratando de cazar pokémon en calles, museos y plazas. El juego de realidad aumentada causó furor, especialmente en el verano del 2016. Sin embargo, tras seis meses de enorme popularidad, entró en declive. ¿Por qué? Una investigación, liderada por el profesor de la Universitat Jaume I Aarón Rodríguez publicada en la *Revista Latina de Comunicación*, ha tratado de dar respuesta a esta pregunta. Tras hacer una radiografía de sus usuarios se ha llegado a la conclusión de que la falta de interactividad favoreció su decadencia.

Los investigadores de la UJI estudiaron la percepción de 332 jugadores con un nivel muy alto de implicación con *Pokémon Go*. Gracias a la utilización de una técnica de realidad aumentada, «consiguió llegar a una audiencia absolutamente amplia en edades y en intereses», comenta Aarón Rodríguez. Era un juego ampliamente aceptado por sectores totalmente heterogéneos, es decir, no había un perfil, sino que había llegado a hombres y mujeres, de todos los niveles educativos, cuando los videojuegos convencionales suelen tener un *target* mucho más marcado.

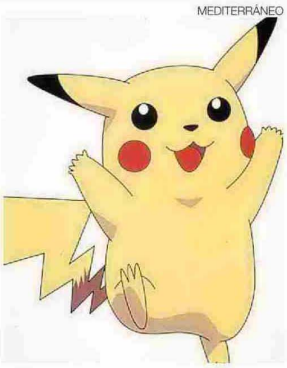
Este profesor considera que es el primer caso de realidad aumentada de éxito porque «llegó a todos los públicos, interactuaba en la vida cotidiana, en familia, jugando durante muchas horas, incluso durante meses».

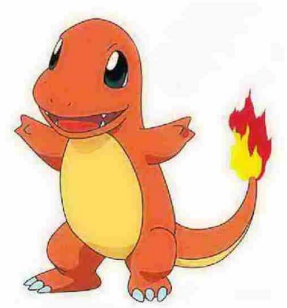
Al mismo tiempo, fue pionero. «Revolucionó la manera con la que nos relacionábamos tecnológicamente con las ciudades. Además, acababa con la idea del jugador aislado, aunque juegue en red. Había generado comunidades que eran muy fuertes, de amigos, familias, padres, madres, hijos, abuelos...», puntualiza.

Los jugadores no tenían por qué estar familiarizados con la serie de televisión, las películas de animación o los videojuegos anteriores. «Lo que hacía funcionar el juego no eran los marcos narrativos, sino las novedosas mecánicas de juego», indica.

Sin embargo, las dinámicas de juego se agotaban muy rápidamente. «Todos los jugadores sabían lo que querían hacer, pero la compañía no respondió a ese interés de interactuar más. El público quería intercambiar pokémon, luchar entre ellos, un videojuego más comunitario, pero la compañía frenó en esta oferta e hizo fracasar el videojuego».

MEDITERRÁNEO





▸▸ **Investigador** ▹ Aarón Rodríguez, profesor que ha dirigido el estudio sobre el videojuego de Pokémon Go.

«El juego revolucionó la forma en la que nos relacionábamos con las ciudades y llegó a todos»