**Paper - La estúpida fiebre del Pokémon Go - El fenómeno del momento: ¿una “realidad aumentada” para “miopes” cerebrales?**



**Breve crónica del disparate (“Conversación de Mesa”, en una noche de verano)**

**- Todo lo que querías saber sobre Pokémon Go y nunca te atreviste a preguntar**

*“El videojuego de aventura de “realidad aumentada” Pokémon Go está causando furor en Estados Unidos, donde millones de usuarios buscan personajes virtuales ocultos en el mundo real con la ayuda de sus teléfonos móviles. La aplicación acaba de aterrizar en España”...* Pokémon Go aterriza en España (Gaceta.es - **13/7/16**)

El videojuego, desarrollado por Niantic Inc. y distribuido por la japonesa Nintendo, debutó en EEUU, Australia y Nueva Zelanda hace tan solo una semana, pero su popularidad es tal que **ha provocado ya varios colapsos** de los servidores en los que se aloja.

El juego ha logrado también **rebasar los 65 millones de usuarios diarios** que la red social Twitter tiene en Estados Unidos y ha generado aglomeraciones urbanas insospechadas para los desconocedores de este fenómeno de masas.

La fiebre ha ayudado también a disparar las acciones de Nintendo, que se han apreciado un 56,65 por ciento en la Bolsa de Tokio entre el pasado jueves y hoy gracias al éxito de ventas de Pokémon Go.

### Cómo funciona

A diferencia de lo que suele ser tradicional con los videojuegos, Pokémon Go **no se juega en el sofá sino en calles**, parques, playas y otros enclaves del mundo real, que aparecen reflejados en la pantalla del jugador y donde se ocultan los personajes del conocido universo Pokémon.

### El sistema es sencillo. El juego utiliza el sistema de posicionamiento global del teléfono inteligente del usuario, así como su reloj, para detectar dónde y cuándo está el jugador en la vida real y dentro del juego, para hacer **“aparecer” un** **personaje** **de Pokémon cerca de él,** que se ve en la pantalla del teléfono, para que el usuario pueda “atraparlo”.

### A medida que el jugador se mueve, dependiendo del lugar y la hora, aparecen más y más variados tipos de personajes de Pokémon. Esta unión de juego en la realidad física y la virtual es lo que en el argot de los videojuegos se conoce como “realidad aumentada”.

En la ciudad californiana de Santa Mónica, por ejemplo, cientos de jugadores deambulaban este pasado lunes por el puerto, armados con sus teléfonos a la caza de un Pokémon.  
  
La escena era similar a la que se vivió también el lunes en el emblemático parque neoyorquino de**Central Park**, donde cientos de jóvenes apuntaban con sus móviles a árboles y otros lugares del parque en búsqueda de los codiciados personajes de ficción.  
  
La caza de los Pokémon ha conducido también a extraños descubrimientos, como el hallazgo de una joven en el estado de Wyoming que **encontró un cadáver mientras jugaba.**  
“Iba caminando hacia el puente a lo largo de la costa cuando vi algo en el agua. Me llevó unos segundos darme cuenta de que era un cuerpo”, explicó a los medios locales este fin de semana la joven de 19 años Shayla Wiggins, quien deambulaba en búsqueda de un Pokémon cuando se encontró el cadáver.

### Histeria colectiva

La histeria por el juego está cobrando tales dimensiones en EEUU que ha habido departamentos de policía que han emitido advertencias a los jugadores para que adopten ciertas precauciones y no permitan verse tan absorbidos por el juego que descuiden su seguridad, algo que la aplicación advierte desde el primer momento.

“Están llegando montones de informaciones sobre **situaciones de peligro**”, sobre todo por la distracción de peatones y conductores por estar jugando, ha informado el Consejo Nacional de Seguridad.

“Lo que está hecho para ser un juego divertido puede tener consecuencias trágicas en la vida real si estás manejando o cruzando la calle”, ha advertido el Departamento de Vehículos de Nueva York.

Los comercios locales tratan también de aprovechar la popularidad del juego, con **carteles que proponen a los transeúntes que hagan una parada** en sus instalaciones para cazar algún monstruo inesperado.

Los problemas que acarrea

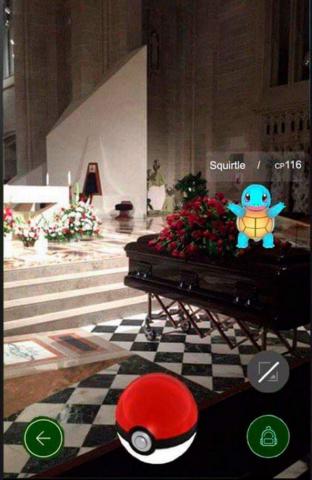
Para acceder a la realidad virtual de Pokémon Go es necesario **vincular la cuenta personal de Google**, es decir, la aplicación accede Gmail, Drive, Maps o Google Photos del terminal. La privacidad desaparece y encima la compañía del juego puede conocer la ubicación del usuario en todo momento por la geolocalización y conocer sus rutas.



Además, **consume la batería del terminal** de forma drástica. No hay que olvidar que para jugar se necesita estar conectado todo el tiempo a Internet, tener el GPS activado, utilizar la cámara y el brillo de pantalla es vital si el jugador quiere ver su teléfono por la calle. Pero no sólo eso, el juego también consume los datos de internet.

En los lugares más insospechados

Los usuarios están aprovechando las situaciones y lugares más insospechados para cazar Pokémon. Un funeral, un parto...



El juego, que está disponible para los sistemas Android e iOS y cuya descarga es gratuita, se basa en el universo de criaturas fantásticas que popularizaron los juegos de ordenador y los dibujos animados Pokémon, que surgieron a finales de la década de 1990.  
  
En la nueva versión hay **151 criaturas**, aunque el catálogo que se desarrolló antaño llegó a tener más de 700, y además de cazar a los personajes, el juego tiene directores de gimnasio y entrenadores contra los que los jugadores pueden luchar.

Aunque aún no se ha concretado, los avances promocionales que han sacado los promotores del videojuego adelantan que en un futuro se podrá jugar a Pokémon Go con varios jugadores a la vez para compartir la experiencia con los amigos.

- Todo lo que necesitas saber de Pokémon Go si quieres entender por qué está causando tanto revuelo (BBCMundo - **17/7/16**)



El monstruo en el auto... curioso, lo que pasa es que jugar cuando estás conduciendo no es nada aconsejable.

Tras una semana de noticias sobre un juego que, en términos de historia virtual, es una antigüedad, te explicamos cómo se convirtió Pokémon en un nuevo fenómeno cultural.

He oído hablar de Pokémon. ¿Está de moda otra vez?

Sí. Pokémon Go es un juego de realidad aumentada para teléfonos inteligentes.

Utiliza el GPS y los datos de Google Maps. Lo juegas caminando por el mundo real en busca de unos monstruos virtuales -algunos piensan que un poco cursis, pero para otros tienen estatus de “culto”- que aparecen en lugares cercanos a la ubicación del teléfono.

Una vez que te acercas lo suficiente, debes intentar capturarlos haciendo uso de la pantalla touchscreen de tu móvil, donde aparecen superpuestos a la realidad real (captada por tu cámara). Ya en tu poder, debes entrenarlos para que luchen entre sí.

Los monstruos fueron populares por primera vez en la década de 1990 cuando salieron en el Nintendo Game Boy.

La posibilidad de intercambiar a esos monstruos o para ser más precisos, 722 personajes ficticios -y uno de los objetivos es capturarlos todos-, volvió al juego un gran éxito en entre los niños y jóvenes, antes de Minecraft e incluso de los Tamagotchis.

Los personajes, además de ser protagonistas de otros juegos en las consolas Game Boy y Nintendo DS, lo han sido también de un programa de dibujos animados y de un juego de cartas coleccionables.

Pero esta es la primera vez que aparecen en los teléfonos inteligentes.

He aquí algunas palabras de la jerga:

Pokémon = Una contracción del japonés Poketto Monsutā, que significa monstruo de bolsillo

Pokestop = lugar

Pokeball = aparato especial para atrapar y transportar un Pokémon para entrenarlo

Gym = sitio en el que los Pokémon luchan entre sí

Pikachu = el más famoso de los Pokémon y un ícono de la cultura japonesa



Gente vestida como Pikachu, un Pokémon que se mueve muy rápido y tiene poderes eléctricos.

¿Dónde puedo conseguir el juego?

En la tienda Apple (App Store para iPhone) o Google Play (para usuarios de Android).

Es gratis pero, así como otros juegos gratuitos, hay cosas para comprar con dinero real una vez que estás jugando.

Ha sido lanzado en Australia, Nueva Zelanda, Estados Unidos, algunos países europeos, y dentro de poco, lo será en Japón. En otras partes habrá que esperar un poco más.

Aunque hay muchos rumores, no hay fechas definidas para América Latina. Algunos están utilizando aplicaciones de terceros -a riesgo, pues la empresa ha advertido que pueden contener malware- o vueltas de la tecnología para acceder a él.

Uno de los problemas es que tantas personas lo están usando que los servidores han colapsado.

Por ello, sus fabricantes, Niantic Inc, -una filial de la empresa matriz Alphabet Inc de Google- no han lanzado aún el juego en todo el mundo.

¿Qué es lo más extraño que le ha sucedido a alguien mientras juega Pokémon Go?

Hay mucho para escoger.

Una mujer estadounidense encontró un cadáver mientras estaba buscando un Pokémon en un río cerca de su casa. La policía dijo que el hombre había muerto en las últimas 24 horas y que no sospecha que haya sido por causa de un delito.

Cuatro personas fueron detenidas por utilizar el juego para atraer a los jugadores a lugares remotos y luego amenazarlos con una pistola para robarlos. En respuesta, los fabricantes de Pokémon Go aconsejaron “jugar con amigos cuando va a lugares nuevos o poco conocidos” y “recuerde cuidarse y estar alerta en todo momento”.

El Iglesia bautista de Westboro en EE.UU., conocida por su activismo antigay, aparece como la ubicación de un gimnasio en el juego, y los jugadores plantaron un “Clefairy”, un Pokémon de color rosa y lo llamaron “Amor es amor”. La iglesia respondió con una serie de mensajes en las redes sociales tildando al Pokémon de sodomita.

Hay también varios casos reportados de gente que se cae por no prestar atención a lo que tienen en frente cuando están jugando, maridos que juegan mientras su esposa da a luz, jóvenes que ofrecen sus servicios como “cazadores de Pokémones” y hasta un hombre en Nueva Zelanda que renunció a su trabajo para convertirse en entrenador de Pokémon de tiempo completo.

En una nota más seria, algunas instituciones, como el Museo del Holocausto en Estados Unidos, han pedido que se los saque del juego: perseguir criaturas extraordinarias en lugares como ése se considera, cuando menos, inapropiado.

¿Debo preocuparme por mi privacidad?

Algunas personas han señalado que debido a que funciona en tiempo real, si estás cerca a otro jugador es probable que puedas verlo en la vida real.

Cuando te inscribes para jugar, le permites a Niantic Labs que use tu ubicación y la comparta a través de la aplicación.

Eso es similar a lo que piden todas las aplicaciones de redes sociales, pero mientras que en sitios como Facebook y Twitter puedes desactivar la funcionalidad de localización, hacerlo en Pokémon Go afecta negativamente tu capacidad de jugar.

¿Y ha tenido éxito hasta ahora?

¡Enorme!

Le añadió ya más de US$ 7.000 millones al valor de Nintendo, en virtud de acciones de la sociedad desde que fue lanzado.

Pokémon Go domina las listas de juegos en EEUU y parece que está conquistando dos mercados: el de los adolescentes, que están descubriendo a los monstruitos por primera vez, y al de quienes tienen casi y un poco más de 30 años de edad, que recuerdan esa primera vez y disfrutan de un poco de nostalgia.



Cuando la persona -el “entrenador”- enciende la cámara de su teléfono, se encuentra con una imagen del Pokémon en cuestión, superpuesta sobre la escena real detrás del lente. Al tocar la criatura en la pantalla, la hace suya.

Esa es la característica por la que se considera que el juego es de **“realidad aumentada”**: permite ver la realidad mezclada con un elemento de ficción, a través de un dispositivo tecnológico.

## La línea que la separa de la fantasía

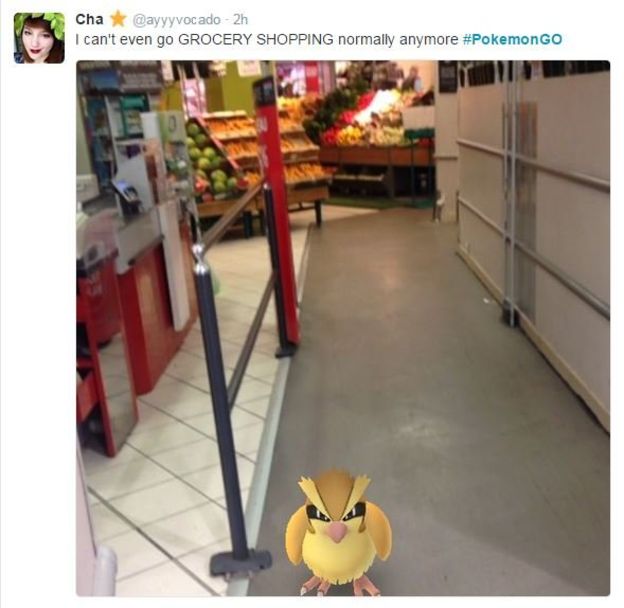
Abundan los ejemplos en Twitter de jugadores que relatan la aventura de la búsqueda y reportan haber encontrado Pokémones en los lugares más inesperados.

“Estoy en un programa de verano para estudiantes de secundaria y esta noche están todos corriendo por los dormitorios buscando Pokémones”, cuenta @thelowlyparamecium.



“Algunos chicos tomaron el tren a la ciudad, todos persiguiendo Pokémones. **Las líneas que dividen la realidad de la fantasía se han borrado.** Todo es posible. Ve y vive tu sueño”.

En una nota mucho menos positiva, @hyojin tuiteó que “Pokémon Go incrementa los secuestros de menores de edad que salen a las calles a las 2am para capturar un ratón eléctrico ficticio”.



Lo cierto es que el elemento “sal a la calle y encuentra el Pokémon” tiene a algunos adscribiendo la app a la **categoría de “exergame”** (o videojuego interactivo, en español) es decir, de juego que te pone a hacer ejercicio.

Es el tipo de juego que popularizó ampliamente la consola Wii, pero del que ya había sido pionero Atari en los años 80 con el “Crazy Foot”, que ponía a los jugadores a saltar sobre una plataforma al ritmo de una secuencia de luces.

## Sin novedad, pero con pegada

En este sentido, el juego no representa una gran innovación, le dice a BBC Mundo Mikel Cid, editor del blog especializado en tecnología Xataka.

“La compañía Pokémon ha trabajado junto con Niantic para desarrollar el juego, y ellos ya habían desarrollado previamente un juego para móviles de gran éxito como Ingress, en el que la geolocalización y la realidad aumentada juegan un importante papel”, explica.

Sin embargo, opina, “**hará que la realidad aumentada gane adeptos**, por el trampolín que supone su uso en un juego con tantos adeptos como Pokémon”.

“Pasar del mundo virtual al mundo real es todo un acierto por parte de Pokémon, hará que los jugadores tengan que desplazarse y con la realidad aumentada se sumergirán más en el juego”.

¿Un peligro?

¿Y qué tanta razón tiene la policía de Australia cuando le advierte a los fans que recuerden mirar antes de cruzar la calle, absorbidos como pueden llegar a estar por la doble realidad a través de sus pantallas?

“Desgraciadamente, **no creo que tardemos mucho en ver casos de personas que se puedan meter en distintos problemas**(robos, atropellos, caídas...) porque estén más centradas en mirar a la pantalla que en lo que tienen a su alrededor realmente”, dice Cid.

“Si ya ocurre que en muchos casos las personas se despistan por ir mirando al móvil, en este caso el problema se agrandará”.

Se convertirá en **un peligro -real- aumentado.**

¿Costos que hay que pagar por sacar el juego del mundo “protegido” de la consola y acercarlo a una experiencia de carne y hueso?

*“Durante la Comic Con celebraba en San Diego, Niantic ha destacado los grandes aspectos que reforzarán en el futuro para el juego del momento”…* Pokémon Go desvela su futuro: sólo hemos visto un 10% de lo que nos espera (El Español - **25/7/16**)

Pokémon Go se ha convertido en todo un fenómeno que no conoce fronteras. Millones de personas en todo el mundo se han lanzado a la calle para hacerse con los 151 Pokémon más famosos de la franquicia (aunque hasta el momento solo están disponibles 142 de ellos). Cada vez son más los países que reciben la aplicación y que tienen la oportunidad de disfrutar de la propuesta que ha cautivado los corazones de los jugadores, reuniendo un público de lo más variado. Pero no todo termina aquí, Niantic y Nintendo quieren llevar el fenómeno mucho más allá. De hecho, han confirmado que ahora mismo Pokémon Go sólo está mostrando el 10% del total del juego.

Durante la Comic Con celebraba en San Diego durante este fin de semana, la compañía responsable de Pokémon Go ha dejado algunas perlas que aumentan el hype sobre el título y hacen presagiar que tenemos juego para rato, haciendo que muchos más jugadores se sumen en los próximos meses y años. Tal es así, que Niantic ha asegurado que en estos momentos tan solo cuentan con el 10% del total del juego, por lo que muchos contenidos se añadirán durante los próximos meses y años. Una de las primeras confirmaciones es que se tiene como objetivo que se pueda llegar a tener en Pokémon Go las más de 600 criaturas que aún no están disponibles en la aplicación.

También se ha hablado sobre los preciados Pokémon legendarios: Mewtwo, Mew, Articuno, Zapdos y Moltres, que se irán incluyendo mediante eventos puntuales en Pokémon Go, aunque se desconoce su fecha, ya que no se prevé su inclusión hasta que el juego esté disponible en todos los países y los servidores alcancen una estabilidad apta para soportar el gran volumen de jugadores que habrá en esos momentos. Hasta el momento, la aplicación está pendiente de ser lanzada en varios países de Latinoamérica y Asia.



Los líderes de los equipos de Pokémon Go

Otros de los aspectos más novedosos que se han destacado durante la Comic Con son los intercambios y el comercio. Respecto a la posibilidad de intercambiar Pokémon, Niantic pide paciencia, aunque todo apunta a que llegará durante los próximos meses. En cuanto al comercio, John Hanke, CEO de la compañía asegura lo siguiente: “la capacidad para comerciar en Pokémon Go no está disponible todavía, pero es algo en lo que se está trabajando para traerlo al juego”. Así, los jugadores podrán realizar tratos con los que cambiar objetos y otro tipo de artículos del juego.

Como últimas novedades, también se ha anunciado que en el futuro los jugadores podrán personalizar las poképaradas y los gimnasios, pudiendo así cambiar las funciones y habilidades de estos lugares y convertirlos en algo único, con recompensas especiales y personales. Una función que ampliará las opciones e invitará a descubrir nuevas cosas en cada estancia.

En el lado opuesto se ha destacado una caída en bolsa de un 18% por parte de Nintendo, algo que contrasta con el tremendo éxito que está cosechando Pokémon Go. La explicación la ha dado la propia compañía japonesa, alegando que tan solo poseen el 32% de los derechos del juego, por lo que están recibiendo un impacto limitado de todo lo cosechado por la apuesta de Niantic. No obstante, todos estos datos ofrecidos por la desarrolladora pueden invitar al optimismo de cara a las acciones de Nintendo, ya que el fenómeno ha llegado para quedarse por muchos años.

En el apartado anecdótico, cabe destacar que dentro de la Comic Con dónde se han conocido todas estas informaciones, Pokémon Go se ha convertido en el protagonista absoluto. Un evento previsto para los asistentes que no soltaban sus móviles en busca de posibles Pokémon destacados, teniendo en cuenta la temática de la feria, se fue de las manos en sus previsiones, cuando hubo que cambiar su ubicación que preveía albergar un máximo de 500 personas, y tuvo que ser cambiado a última hora a un local con capacidad para más de 6.000.

Está claro que tenemos Pokémon Go para largo.

*“El tiempo libre y el ocio cada vez ocupan más espacio en las agendas de los jóvenes españoles. Durante la última década se ha producido un aumento constante de las horas ociosas de las que puede disfrutar la juventud española con una media de 41 a la semana. En 2003 eran 17 horas. Además, ahora los jóvenes invierten ese tiempo en salir más (concretamente un 78% afirma salir de noche), pero vuelven a casa más temprano (el 30,4% de ellos lo hace antes de las dos de la madrugada y el 31,2% entre las dos y las cuatro)”…* Los jóvenes dedican el doble de horas al ocio que hace una década (El Español - **27/7/16**)



Una chica en un “macrobotellón” de Granada

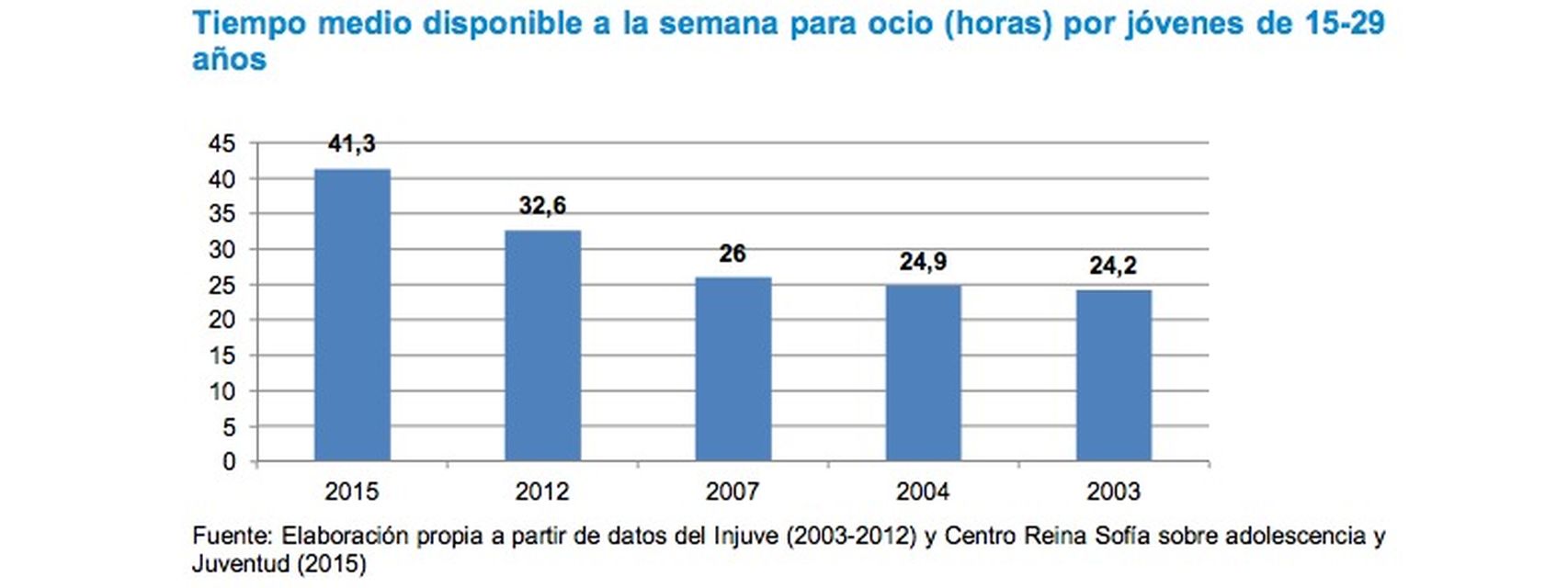
Estos son algunos datos del estudio “La marcha nocturna: ¿un rito exclusivamente español?”. Un informe -elaborado por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud-  que analiza la evolución del ocio juvenil en España a partir de fuentes secundarias y una encuesta propia realizada en 2015 a 2.013 jóvenes de 16 a 29 años.

Las salidas nocturnas de los jóvenes españoles de 16 a 29 años se concentran fundamentalmente  en los fines de semana y en periodos estivales. La importancia del fin de semana se acentúa en verano ya que hay más movilidad, lugares nuevos y un aumento de los espacios de fiesta.

Hacer algo diferente, no rutinario

En cuanto al significado que atribuyen los jóvenes a salir por la noche, para casi la mitad de ellos significa tener cierta sensación de hacer algo diferente, no rutinario y el 30% aluden a que salir de noche les aporta sensación de libertad.

En España se ha producido un aumento constante del tiempo libre del que pueden disfrutar los jóvenes a lo largo de la última década. Afirman disponer de más de 40 horas semanales para el ocio, 17 horas más que en 2003.



Tal y como se desprende del estudio, en 2003 y 2004, la juventud, en términos generales, disponía de unas 24 horas semanales para la práctica de actividades de ocio, en 2008 disponía de una media de 2 horas más y, según datos de 2012, esta cifra aumentó hasta 32,6 horas.

También ha aumentado ligeramente el porcentaje de jóvenes que afirma salir de noche: un 78% frente a un 72,2% en 2007.  Alrededor de la mitad de ellos afirma salir una o dos veces al mes y el 30% afirma salir todos o casi todos los fines de semana.

Vuelven de fiesta antes a casa

En cuanto a la hora de regreso a casa las noches de los fines de semana, el 30,4% de ellos lo hace antes de las dos de la madrugada; el 31,2%, entre las dos y las cuatro; el 21,3%, entre las cuatro y las seis; y el 12,7% vuelve a casa después de las 6 de la mañana. Según la edad, la franja de entre 16 y 19 años son quienes regresan a casa más temprano y el grupo de 20 a 24 años quienes lo hacen más tarde. Y según el sexo, las mujeres jóvenes vuelven a casa antes que los varones.



“En este aspecto existen variaciones significativas en los últimos años”, afirman los responsables del proyecto. “Datos anteriores a 2007 mostraban que menos del 10% de las personas jóvenes regresaban a casa antes de la 1, sin embargo ahora un 20% lo hacen antes de esa hora”.

Del mismo modo, mientras que un tercio de los jóvenes volvían a casa entre las 3 y las 5 de la madrugada, ahora este porcentaje disminuye más de un 6% respecto a años anteriores.

- Pokémon Go: Trucos imprescindibles para hacerte con todos (Cinco Días - **26/7/16**)

(Por Carlos González Villamil)



1. **Consigue a Pikachu como primer Pokémon**

Si no quieres arrancar el juego con Squirtle, Charmander o Bulbasaur, también puedes hacerlo con Pikachu. Pero para ello, lo que tienes que hacer es arrancar el juego por primera vez e ignorar las criaturas que aparecen continuando con tu ruta. Aparecerán hasta cuatro veces en el mapa, en diferentes puntos, pero una vez ignorados en cuatro ocasiones podrás ver cómo, automáticamente, Pikachu comienza a aparecer en el mapa y podrás capturarlo de forma normal.



2. **Aprovecha las PokéParadas**

En todo el mundo puedes encontrar puntos especiales denominados PokéParadas, y acercándote a ellos y pulsando sobre su icono podrás conseguir todo tipo de objetos. De forma diaria se renuevan, y pueden aparecer desde pociones hasta PokéBalls de diferentes tipos, pasando por supuesto por inciensos e incluso monedas, en casos especiales.



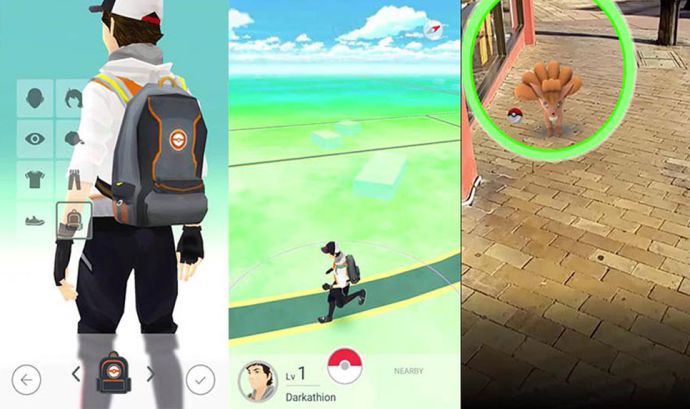
3. **Acude a los gimnasios Pokémon**

Igual que las PokéParadas, los gimnasios Pokémon están distribuidos en diferentes puntos estratégicos en todo el mundo, y en ellos se pueden hacer batallas desde el nivel 5. Es imprescindible seleccionar un Pokémon con buena puntuación -nivel- y utilizar bien los ataques rápidos y especiales, así como esquivar los del oponente para ganar la batalla y hacer “claim” sobre el gimnasio, lo que nos dará más experiencia y monedas.



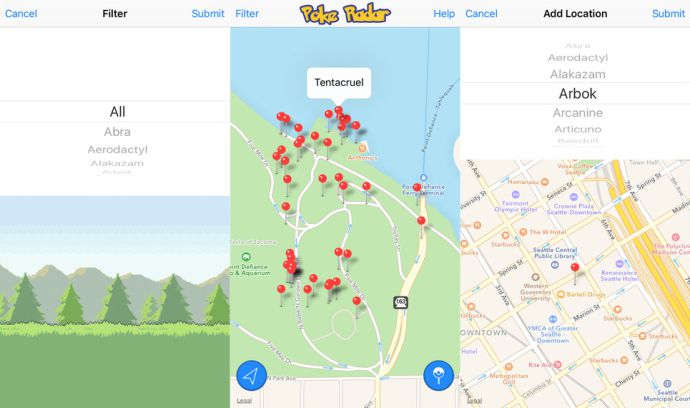
4. **Captúralos todos aprovechando el radar**

Para encontrar nuevos Pokémon, en la parte inferior derecha podemos aprovechar el radar que señala qué criaturas están cerca. Abriendo este radar podremos ver la silueta de Pokémon cercanos, seleccionar uno y avanzar físicamente. Si el radar muestra una animación, entonces vamos en la dirección correcta. Y se es así veremos cómo de tres huellas pasa a dos, posteriormente a una, y posteriormente aparecerá el Pokémon en el mapa.



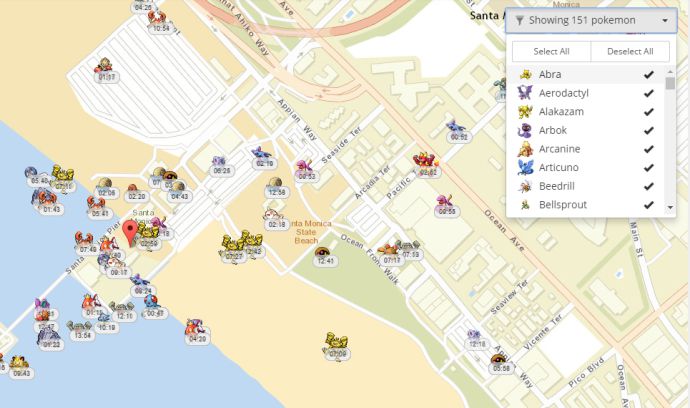
5. **Mejora la efectividad de tus PokéBall**

Si un Pokémon se te resiste y ya ha escapado en varias ocasiones de la PokéBall, un truco es aprovechar los anillos. Una vez que tienes al Pokémon en frente, a punto de capturarlo, puedes probar a mantener pulsada la PokéBall brevemente antes de lanzarla, y en este tiempo verás cómo el anillo alrededor del Pokémon se hace más pequeña y cambia a color naranja o rojo. Cuando más pequeño sea el anillo, mayor probabilidad de que quede registrado en la PokéDex.



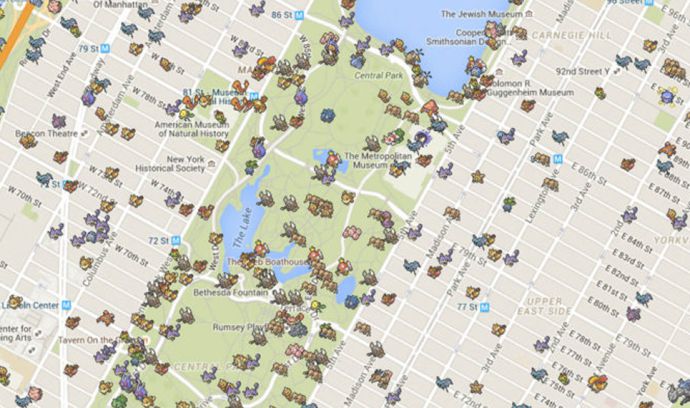
6. **PokéRadar: una ayuda para encontrar Pokémons**

Si eres incapaz de encontrar determinados Pokémon, PokéRadar está diseñado para que otros usuarios informen sobre dónde vieron cada criatura. De esta forma, desde el mismo móvil podemos ver dónde aparecieron cada uno de ellos en anteriores ocasiones, colocar un punto en el mapa, e ir directamente a esa posición a probar suerte.



7. **PokéVision: la posición de los Pokémon en tiempo real**

PokéVision es aún más interesante que la app anterior. ¿Por qué? Porque en este caso podemos ver en un mapa la posición real, en directo, de cada Pokémon. Es decir, que podemos comprobar nuestro entorno, o cualquier punto del mundo, y ver qué Pokémons hay en cada punto y en ese tiempo exacto, incluso con una cuenta atrás para conocer cuándo dejarán de estar disponibles en esa posición.



8. **¿Dónde “nacen” los Pokémon?**

Aunque pueda parecer aleatorio el lugar donde aparecen los Pokémon, en realidad no lo es. Y la aplicación Skiplagged tiene registrado el punto de “spawn” de cada criatura, de forma que podemos saber a la perfección dónde aparecen, por ejemplo, los Pikachu. El único problema es que algunos sólo aparecen de día, y otros de noche, luego sólo queda esperar en ese punto hasta que, cuando le toque, el Pokémon “nazca” allí.



9. **Aprovecha los inciensos para capturar Pokémon**

El incienso es uno de los objetos más útiles para capturar Pokémon, puesto que durante media hora provoca que todas las criaturas a nuestros alrededores aparezcan automáticamente, sin tener que seguir su rastro. Por lo tanto, siempre podemos buscar antes una zona interesante por sus tipos de criatura y activar el incienso allí, aunque también es buena idea ir en busca de inciensos activos que estén siendo utilizados por otros usuarios de Pokémon Go.



10. **Flareon, Jolteon y Vaporeon**

Para conseguir a estas tres criaturas, únicamente necesitamos “caramelos” y varios Eevee. Nintendo ha hecho un guiño a sus manga originales y lo que tenemos que hacer para conseguirlos es renombrar nuestro Eevee como Sparky, Rainer y Pyro y evolucionarlo después con los caramelos correspondientes. Así, la evolución será Flareon, Jolteon o Vaporeon según el nombre anterior.



11. **Gasta menos batería y megas jugando a Pokémon Go**

Tanto en iOS como en Android, el videojuego Pokémon Go, de Nintendo, se sirve de los mapas de Google Maps. Y el mayor consumo de batería y megas se produce en la descarga de los mapas a medida que avanzamos en el mundo real. Pero para evitarlo, sencillamente hay que acceder a la aplicación Google Maps y descargar para su uso offline la sección del mapa que vayamos a recorrer aprovechando una conexión WiFi.



12. **Más puntos por cada Pokémon**

Si es un Pokémon nuevo, la captura te dará más puntos. Y sino, se quedará en 100. Sin embargo, podemos aumentar esta puntuación si, al lanzar la PokéBall para capturarlo, volvemos a tocar en la pantalla para hacerla girar sobre sí misma y “darle efecto”. Si la captura sale bien, entonces conseguiremos puntos de experiencia adicionales.



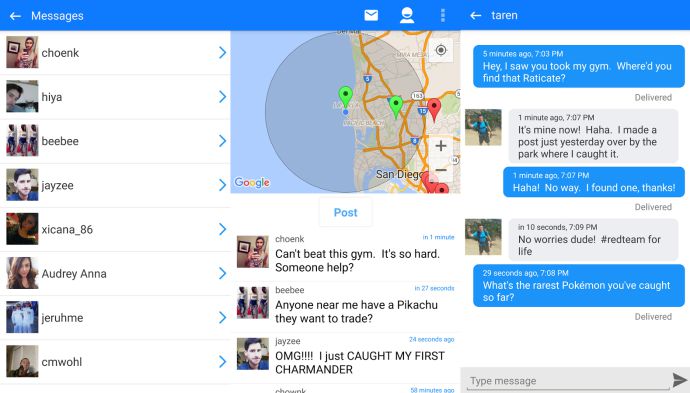
13. **Incuba huevos rápidamente**

Si encuentras un huevo en el mapa, a continuación podrás ver qué distancia has de recorrer para que de ahí salga un Pokémon. Pues bien, la forma más rápida de hacer que eclosione es tan sencilla como dejar la aplicación abierta hasta que lo haga. Es decir, podemos seguir haciendo nuestras tareas normales, pero dejar la app abierta hará que cada paso quede registrado en pro de la incubación de este huevo.



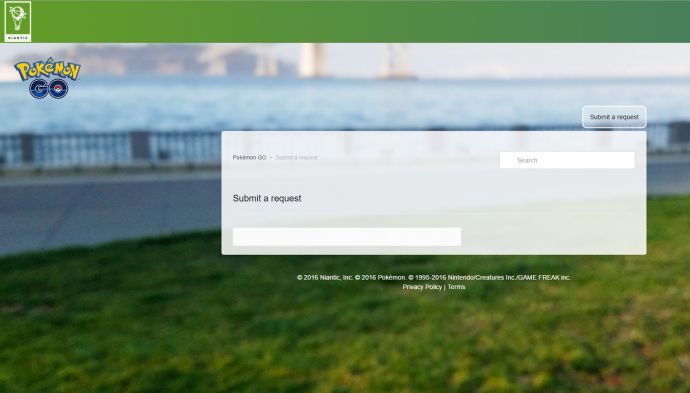
14. **¿Están caídos los servidores?**

Desde el lanzamiento de Pokémon Go, la masiva adopción del título y los constantes ataques DDoS contra sus servidores lo han mantenido fuera de servicio en varias ocasiones. Y para consultar qué ocurre, en mmoserverstatus.com se puede comprobar el estado de los servidores del videojuego en todo el mundo.



15. **Go Chat, para hablar con otros “entrenadores Pokémon”**

La aplicación GO Chat está pensada para conversar única y exclusivamente con otros jugadores de Pokémon Go. Por eso, además de incluir un sistema de mensajería instantánea, se basa en la localización para que las conversaciones reúnan únicamente a los “entrenadores cercanos”.



16. **Solicita un gimnasio o una PokéParada**

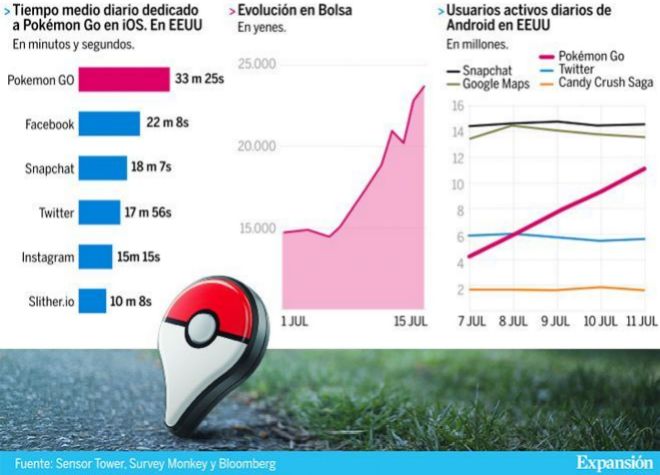
En la página oficial de Niantic Labs para Pokémon Go, en la sección de soporte, hay habilitado un formulario que nos permite solicitar un nuevo gimnasio o una nueva PokéParada. Únicamente hay que exponer los motivos de la solicitud y, como es evidente, esperar a que el equipo de soporte dé por válida nuestra solicitud.

- Madrid, capital mundial de Pokémon Go (Cinco Días - **28/7/16**)



La fiebre por Pikachu se ha adueñado de la Puerta del Sol, en el centro de Madrid. A pesar del calor abrasador, más propio de un ataque del dragón Charmander, más de 3.000 personas se han juntado este jueves para jugar a Pokémon Go, la revelación del verano. La quedada, que comenzó puntualmente a las 19 horas, ha reunido a multitud de entrenadores pokémon (jugadores), ansiosos por capturar las criaturas fantásticas con sus teléfonos móviles inteligentes. El hashtag #pokéquedada ha sido tendencia en twitter durante varias horas. Los organizadores del evento lo han calificado de “éxito total”. Se ha superado el récord mundial al conseguir más asistentes que las 2.000 personas que logró Sydney. “En Madrid Distinto recibieron una petición popular para hacer una quedada y nosotros la facilitamos”, ha asegurado Ignacio Bachiller, CEO de Fever, una app para descubrir oportunidades de ocio que se ha encargado de solicitar los permisos. La locura por los Pokémon no se limita a la ciudad de Madrid, sino que ha atrapado a cientos de jugadores a lo largo de los 37 países donde está disponible. La aplicación ocupa el primer lugar en las descargas de las tiendas virtuales Google Play y Apple Store, según un informe del banco estadounidense Citi conocido esta semana. Un éxito que también ha repercutido en la Bolsa de Tokio, donde Nintendo vio subir sus acciones un 120% la semana pasada.

**- El boom de los “Pokémaníacos” (¿un momento de “ingenua barbarie”?)**

[](http://estaticos.expansion.com/assets/multimedia/imagenes/2016/07/15/14685986687539.jpg)

*“Gracias al tirón de la aplicación, que ya supera en número de usuarios a Twitter en EEUU, la multinacional japonesa casi ha duplicado su valor en Bolsa y sumado 16.000 millones a su capitalización en la última semana”...* La fiebre de Pokémon Go, en cifras (Expansión - **16/7/16**)

El lanzamiento del primer gran juego móvil de Nintendo ha desatado un fenómeno viral de magnitudes planetarias. ¡Hazte con todos!, el lema de la franquicia japonesa que tanto resonó en los años noventa, ha sacado a millones de personas a las calles, móvil en mano, dispuestos a cazar a las cientos de criaturas que Nintendo ha diseminado por todo el globo. Se han visto Pokémon en la catedral de la Almudena de Madrid, en la Zona Cero de Nueva York y hasta en el museo estatal Auschwitz-Birkenau de Polonia.

La app, que a través de la realidad aumentada permite a los usuarios buscar y atrapar Pokémon con la cámara de sus smartphones, lidera las descargas en las tiendas de aplicaciones de Google y Apple en Estados Unidos. **Allí, precisamente, se estima que el juego ha superado en apenas diez jornadas -el tiempo que ha transcurrido desde su lanzamiento el miércoles de la semana pasada- a Twitter en usuarios activos diarios.** Según los datos de Survey Monkey, más de once millones de usuarios Android juegan al día con la aplicación en el país norteamericano, por los seis millones que se conectan a la red social del pájaro azul. Tal ha sido el éxito de estos pequeños monstruos encapsulados entre los usuarios, que el tiempo medio de uso de la aplicación (33 minutos y 25 segundos) ha superado ya al dedicado a redes sociales como Facebook (22 minutos y 8 segundos) o Snapchat (18 minutos y 7 segundos), según los cálculos de la puntocomSensor Tower.

Tras un primer lanzamiento en Estados Unidos, Australia y Nueva Zelanda el pasado 6 de julio, y una vez que Nintendo ha solucionado los problemas con sus servidores que le impedían llevar la appa más países, derivados de la enorme afluencia de gente que se descargó la aplicación en los primeros días, Pokémon. En los planes de Nintendo está llevar a los Pikachu, Charmander, Bulbasaur y demás criaturas del universo Pokémon a un total de 200 países en las próximas fechas.

La entrada de la compañía que dirige Tatsumi Kimishima en el segmento de los juegos móviles -que el año pasado movieron 27.520 millones de euros en todo el mundo, según los datos de la consultora especializada Newzoo-, es un movimiento largamente esperado por jugadores e inversores.

Y es que tras el fracaso comercial de la Wii U, la apuesta de la compañía japonesa en el mercado de las consolas de sobremesa, y la discreta acogida entre el público de Miitomo, una aplicación social lanzada en marzo y basada en la comunidad de personajes virtuales Mii, la empresa propietaria de sagas como Super Mario y Zelda necesitaba un gran éxito con el que remontar sus resultados. **En su último ejercicio fiscal, la compañía vio caer su beneficio un 60,5%, hasta 131 millones de euros, y su facturación bajó un 8,2%.**

Nintendo tiene previsto lanzar el próximo otoño otros dos juegos móviles basados en sus títulos más populares. Y es que el triunfo de Pokémon Go revela la que puede ser la fórmula del éxito para la compañía japonesa en los próximos años, más allá del beneficio inmediato que obtenga con los monstruos encapsulados: dotar a sus juegos clásicos de una nueva capa de jugabilidad y ponerlos a disposición del público mayoritario.

Al menos los inversores así lo interpretan. En el día de ayer, los títulos de Nintendo se anotaron un alza del 9,8% en la Bolsa de Tokio. **Y, desde finales de la semana pasada, coincidiendo con el lanzamiento del juego, la empresa de videojuegos prácticamente ha duplicado su valor bursátil, al acumular una revalorización del 93%**. Unas cifras nunca vistas en el parqué nipón. Según datos recogidos por Bloomberg, la firma japonesa ha llegado a acaparar en este periodo hasta un 20% de toda la negociación registrada en el Nikkei. En términos de capitalización, Nintendo ha ganado alrededor de 16.000 millones de euros en siete sesiones, lo que ha disparado su valor en Bolsa hasta los 3,9 billones de yenes, unos 33.300 millones de euros.

Este rally bursátil ha disparado las expectativas de las firmas de inversión que, como Macquarie, anticipan que Pokémon Go podría generar más de 3.600 millones de euros anuales. De confirmarse, el título de Nintendo superaría las ventas registradas por otros videojuegos móviles de gran éxito como Candy Crush o Clash of Clanes.

Pokémon Go: boom de “Pokémaníacos” en Tokio, Nueva York, Viena, Berlín...

Pokémon Go, la más reciente actualización de la franquicia de videojuegos iniciada por Nintendo hace 20 años y que comenzó a ser lanzado en el mundo entero hace unos pocos días, tiene a los jugadores buscando pokémones en museos, parques, esquinas, su cuarto de baño y la guantera de sus autos.

Pokémon Go es un juego de realidad aumentada, que extiende sus dominios fuera de las consolas de videojuego para alojarse en los teléfonos inteligentes. Y en el “mundo real”.

Los jugadores buscan sobresalir como entrenadores de Pokémones, unas criaturas de ficción con diferentes habilidades que “viven” en unas bolas especiales.

De acuerdo con el concepto original, los entrenadores buscan capturar Pokémones hasta completar una colección. El otro objetivo es adiestrarlos para que ganen batallas frente a otras criaturas.

Para la captura, el jugador debe literalmente lanzarse a las calles de su ciudad. Haciendo uso del GPS del teléfono, la app le avisará con una vibración y una luz intermitente cuando se encuentra cerca de un Pokémon.

Medio mundo caza Pokémons a todas horas y en los lugares más insospechados -en algunos casos, ha habido gente que incluso se ha lanzado a por ellos en el váter-. La fiebre por estos pequeños y coloridos personajes es tal que Berlín, Berna, Toronto, Sydney, Nueva York, Tokio y un sinfín más de ciudades han visto cómo sus calles se llenaban de “Pokémaníacos” armados con su teléfono móvil.

Es un ejército de aficionados a Pokémon Go que no descansa y que, incluso, ha llegado a poner en juego su propia vida y la de otras personas con tal de hacerse con el “Pikachu” de turno. Uno de los ejemplos más conocidos lo registramos en Baltimore, donde un joven estampó su vehículo contra un coche de policía por ir buscando Pokémons al volante.

En este álbum de imágenes puede ver a aficionados de todo el planeta jugando con sus teléfonos móviles.

[](http://5www.ecestaticos.com/imagestatic/clipping/db5/505/3a4/db55053a41c7a0251a1bd5cf86685cc8/imagen-sin-titulo.jpg?mtime=1469173446)

[](http://7www.ecestaticos.com/imagestatic/clipping/d70/3f7/34a/d703f734a40ee38b3e83929a3502c326/imagen-sin-titulo.jpg?mtime=1469173555)

[](http://8www.ecestaticos.com/imagestatic/clipping/8e8/234/a12/8e8234a128c01d335ac1b97e0d4865fc/imagen-sin-titulo.jpg?mtime=1469173753)

[](http://1www.ecestaticos.com/imagestatic/clipping/10e/86a/caa/10e86acaa6c019160504cdef46922560/imagen-sin-titulo.jpg?mtime=1469174003)

[](http://0www.ecestaticos.com/imagestatic/clipping/02e/9d2/742/02e9d27426f9357ffdd1c5d8282458c6/imagen-sin-titulo.jpg?mtime=1469174230)

[](http://2www.ecestaticos.com/imagestatic/clipping/db2/8b0/bf4/db28b0bf4cc95a54e42bc715cd5bcf26/imagen-sin-titulo.jpg?mtime=1469174312)

El mundo enloquece con un móvil en la mano. Pokémon Go encandila a millones de personas además de a nuestro compañero Jauma. Tanto, que ya han llegado las primeras consecuencias: las autoridades de Auschwitz y el museo del Holocausto han prohibido cazar pokémons en sus dependencias. Exigen respeto tras descubrir a algunos visitantes jugando con la aplicación de moda.

Aunque la “app” sólo está disponible de manera oficial en Estados Unidos, Nueva Zelanda y Australia, son muchos los que se las han ingeniado para descargársela. En esos tres países ya es la número 1.

Lugares turísticos como el Coliseo de Roma o Central Park acumulan ahora, además de turistas, cazadores de pokémons luchando unos contra otros por subir de nivel.

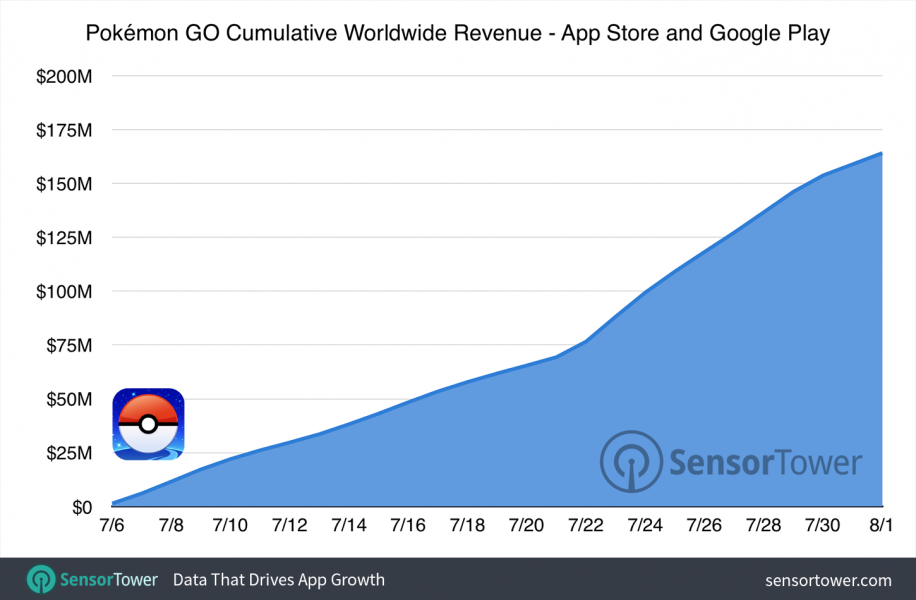
Los memes y las fotografías de pokémons en sitios estratégicos, como en el váter o en la cama, no han tardado en aparecer por redes sociales.

Nick Johnson, que responde en Reddit al nick de ftb\_hodor, ha saltado a la palestra en las últimas horas después de haberse convertido en el primer usuario en cazar los todos los pokémon disponibles en el juego: 142. Esa cifra le ha valido para completar su Pokédex, la enciclopedia que agrupa todos los bichos que se pueden cazar en “Pokémon Go”, aunque el número total de criaturas a cazar es algo superior y asciende hasta los 151 ejemplares.

Este jugador de Nueva York, ha conseguido la hazaña después de cazar 4.269 pokémon, incubar 303 huevos y haber caminado 153 kilómetros, lo que le ha llevado más de 50 horas de juego y le ha permitido alcanzar el nivel 31.

En la colección de Johnson faltan algunos pokémon de los que no ha habido ninguna señal de que estén disponibles para el público así como otros que se sospecha que son exclusivos de otros continentes (Farfetch'd en Asia, Kangaskhan en Oceanía y Mr. Mime en Europa).

Los últimos seis (Ditto, Articuno, Zapdos, Moltres, Mewtow y Mew) son los más raros de todo el juego y todavía se desconoce cuándo van a aparecer. Conocida la trayectoria de Niantic con juegos de realidad aumentada y vistos algunos de los trailers de “Pokémon Go”, parece bastante probable que Nintendo se reserve su aparición para eventos especiales.



En menos de 30 días: Pokémon GO supera los 160 millones de dólares en beneficios

**- Por los lugares más insospechados (corriendo despavoridos en busca de las piezas más cotizadas)**



*“Ya son muchos los que sin haberlo probado, ya les parece que es una locura y otros que probándolo y haciéndose adictos un día despiertan de su realidad virtual en la cama de un hospital y comprenden que no fue una buena idea”..*. Se avecina una “Pokécrisis” (Gaceta.es - **21/7/16**)

Pokémon Go es, a pocos días de su aparición, un fenómeno de masas. Es difícil ir a tomar un café o una caña y no escuchar un corrillo de gente hablando sobre la aplicación de moda y sus excentricidades. Sus fans corren despavoridos en busca de las piezas más codiciadas (hay más de 150 Pokémons, algunos de ellos difíciles de conseguir).

El juego es tan adictivo, que pudimos ver como cientos (quizás miles) de personas corrían Central Park adentro en busca del codiciado Vaperon, un tipo de Pokémon que aparece con poca frecuencia en la aplicación y que es una de las tres evoluciones del adorable zorrito Eeve. Es tal la codicia de los fans de Pokémon Go que en el video grabado por un usuario en el pulmón de Nueva York viral se veía a gente abandonar sin prejuicios sus vehículos en la búsqueda de Vaperon, como si no hubiera un mañana o su vida dependiera de atrapar al bichito.

La fiebre por el juego de Nintendo para móviles ha provocado también**situaciones surrealistas, algunas de ellas  ya no tan graciosas.** Un ciudadano de Palm Coast-Florida, disparó a dos jóvenes que jugaban a “Pokémon Go” delante de su casa. El hombre oyó ruidos en un coche aparcado enfrente de su domicilio. Al verlo con un arma, los dos jóvenes arrancaron el coche y trataron de escapar mientras el dueño del domicilio no dudó en disparar. La madre de los adolescentes denunció el caso tras descubrir que las ruedas del coche en el que huyeron los jóvenes estaban pinchadas por varios impactos de bala.

La obligación de ir siguiendo el mapa y no levantar la vista de la pantalla ha provocado ya más de un incidente grave. Cabe resaltar que el juego se desarrolla en una realidad virtual connivente con la realidad arquitectónica real, por lo que los Entrenadores Pokémon (así se hacen llamar los usuarios), deben seguir un mapa, coincidente con los mapas reales, en el que encuentran Pokémon, Poképaradas que les dan munición con la que poder cazar a los Pokémon o gimnasios Pokémon, **donde poder poner a prueba los Pokémon**y enfrentarse a otros entrenadores. Esta concentración hacia el juego desvía la atención de los peligros reales de la vida. Esta obsesión ha hecho  que dos jóvenes cayeran por un acantilado de más de 10 metros en California, o que un usuario de YouTube cayera a un estanque de agua mientras emitía en directo su cacería en plena noche.

Son solo algunos ejemplos, ya hay cientos de incidentes, percances y denuncias. Lo que en un principio se veía como una excentricidad con cierto atractivo social, se va a ir convirtiendo poco a poco en una crisis corporativa como pocas hayan existido antes.

Para muchos Pokémon Go suponía la salvación de Nintendo. El gigante nipón se había visto sorprendido en las dos últimas décadas por Sony y Microsoft, que habían arrasado con la PlayStation y la X- Box dejando atrás las consolas de Nintendo que fueron pioneras del fenómeno en los años 80. Sin embargo, es cuestión de tiempo que se imponga un fenómeno de repulsa hacia este videojuego. Ya son muchos los que sin haberlo probado, ya les parece que es una locura y otros que probándolo y haciéndose adictos un día despiertan de su realidad virtual en la cama de un hospital y comprenden que no fue una buena idea. Y por supuesto que Nintendo no tiene la culpa, es un juego, como lo usa cada uno es cosa de cada uno. Pero aquí hablamos de crisis corporativa y cuando se acumulen los casos, cuando surjan asociaciones de víctimas, cuando **Nintendo tenga que afrontar juicios**, toda la prensa que hoy da pábulo al videojuego, recogerá esas informaciones y generará un clima de aversión hacia la marca, en toda su extensión, no solo hacia el juego. Los padres comenzarán a rechazar que sus hijos utilicen cualquier software de Nintendo, algunos incluso dejarán de comprar sus video consolas, los inversores se irán desgastando y retirarán la confianza a la marca, la bajada en bolsa será un hecho y todo habrá sido una gran pesadilla. Pero no virtual, ¡real!

¿Por qué va a ocurrir esto? ¿Tiene Nintendo o sus filiales Pokémon Company o Niantic que controlar a todos los usuarios y corregir sus actitudes individuales? Evidentemente no, pero tampoco debió de cometer algunos errores que son de bulto cuando una compañía inicia una nueva actividad. Para mí estos son los 5 errores que pudo haber evitado:

**-Error 1:** No tener en cuenta los potenciales riesgos de tu actividad. Ninguna actividad está exenta de peligros, simplemente hay que identificarlos y controlarlos. En este caso, la marca nipona no ha tenido en cuenta el poder de su producto, no ha medido los riesgos que subyacen de la actividad del hombre, especialmente cuando este no presta atención a ellos.

**-Error 2:**Comunicación de riesgos inexistente, no funciona la comunicación preventiva. En mi opinión, Nintendo debió explicar con anterioridad las consecuencias de un uso erróneo de su video juego, con una campaña preventiva de comunicación que le permitiera blindar su imagen y le evitara embarazosas situaciones que están por venir.

**-Error 3:** Determinados videojuegos deben de contar con un control parental, que en el caso de Pokémon Go no existe (o al menos yo no lo he encontrado y he bajado la aplicación). Esto pone en un duro aprieto a la marca, que se verá obligada a justificarse, a afrontar juicios contra padres indignados por el poder adictivo e insaciable de la maléfica arma letal que ha acabado con los estudios de su adorable hijo. Y ya sabemos todos que cuando una marca se topa con los derechos de los menores, siempre ganan los peques.

**-Error 4:** No incidir en la ventaja social de Pokémon Go. En un portal americano he leído que el origen del juego es animar a la gente a moverse, a salir y hacer deporte, un gran eje central como mensaje anti obesidad que la marca no ha sabido exprimir.

**-Error 5:** No incluir en el propio GPS del video juego alertas ante peligros. Igual que pueden colocar un Pokémon donde quieran, pueden también colocar señales que alerten de peligros, lo que haría al juego mucho más responsable y apto para todos los públicos.

“*Los internautas que se descargan el videojuego de aventura de “realidad aumentada” Pokémon Go podrán “cazar” a sus criaturas en las iglesias de todo el país”...* La guerra de Pokémon llega hasta la Catedral de la Almudena (Gaceta.es - **13/7/16**)

La aplicación Pokémon Go -donde **millones de usuarios buscan personajes virtuales ocultos** en el mundo real con la ayuda de sus teléfonos móviles- ha causado furor en Estados Unidos, y dentro de unos días será posible jugar en España.



A pesar de que en nuestro país todavía no está disponible la aplicación oficialmente, **muchos españoles ya están “a la caza de Pokémons”,** lo que ha provocado que plazas, iglesias, ayuntamientos y otros lugares públicos se hayan abarrotado de gente que busca otros “pokémons virtuales”, para cazarlos o entrenarlos.

Dentro del videojuego existen dos espacios virtuales. Uno son los gimnasios, donde los internautas entrenan a sus animales, y otro son las PokéStops, **las zonas donde se pueden “aumentar las reservas de recursos”** para mejorar como entrenador Pokémon.

Uno de los gimnasios de la capital madrileña **se encuentra en el interior de la Catedral de la Almudena**, donde los “entrenadores Pokémon” pueden luchar entre ellos y hacerse con más criaturas, algo que sin duda no debería hacerse en un lugar sagrado destinado a la oración y el recogimiento.

Sin embargo, algunas iglesias de EEUU han visto en ello una **oportunidad para atraer a los jóvenes**, como es el caso de la iglesia de la comunidad religiosa Brandon, que señala que es un “PokéStop” e invita a los internautas a encontrar a Jesús dentro.



*“La Iglesia de Inglaterra decide convertir en “Pokéstops” varios de sus centros para “iniciar un diálogo que pude acabar de otra manera”. La Conferencia Episcopal observa el fenómeno sin pronunciarse”...* La Iglesia Anglicana se suma a la ola Pokémon GO mientras la española calla (Vozpópuli - **16/7/16**)

La Conferencia Episcopal Española (CEE) ha preferido mantener silencio ante la “invasión” de algunos de sus templos que se está produciendo en los últimos días por parte de jugadores del juego para smartphones Pokémon GO. Consultadas por este periódico, fuentes oficiales de la institución religiosa han declinado hacer ningún comentario al respecto aunque sí han reconocido estar al tanto de lo que está pasando en los últimos días: muchos de los templos religiosos están siendo utilizados como “gimnasios” de Pokémon, los lugares donde los jugadores pueden enfrentarse entre ellos para medir sus fuerzas. ¿Por qué ocurre esto?

El videojuego que está revolucionando el mercado desde hace algo más de una semana invita a los jugadores a cazar Pokémon utilizando el espacio real. En su pueblo o ciudad, mediante las tecnologías de geolocalización y realidad aumentada, uno va marchando capturando o entrenando Pokémon, que van cambiando según la zona por la que nos encontremos. La Catedral de la Almudena (Madrid) o la Catedral de Santa Cruz y Santa Eulalia (Barcelona) son ejemplos de gimnasios.

¿Nos encontramos ante un fenómeno herético o, al menos, irrespetuoso? Desde la Iglesia Católica prefiere no tratarse el tema, algo que sí ha hecho la Iglesia de Inglaterra, que abrirá sus puertas a los jugadores convirtiendo sus templos en “Pokéstops”. Según la BBC, “un buen número de iglesias han firmado para que la gente las visite”. Según aseguraron, “es una buena forma de empezar una conversación que puede llevar a cosas distintas”. De este modo, la institución religiosa nacional, a través de su portavoz Tallie Proud, ha propuesto a los templos que abran sus puertas.

“Pokémon Go nos dará a las iglesias por todo el país la posibilidad de encontrar a gente de su área que normalmente no vendría a la iglesia. También se puede localizar a gente que está fuera de la iglesia con sus teléfonos y que pueden estar jugando en su “PokéStop””. La iglesia anglicana ha pedido a las comunidades que reciban bien a las “Poképarties”, una de las cuales se celebró este viernes en Stoke-On-Trent (norte de Inglaterra). Barbacoa y wifi gratis se ofreció a los que asistieron.

# - Los lugares en los que Pokémon Go está causando problemas: ¿por qué las criaturas aparecen donde no deben? (BBCMundo - 13/7/16)

Mesero, hay un Bulbasur en mi sopa. Un Squirtle en mi inodoro. Un Nidorin sobre el teclado. Un Vulpix en la puerta de mi casa.

Con la fiebre del juego de realidad aumentada Pokémon Go en pleno apogeo, los reportes de “apariciones” de las pequeñas criaturas en los lugares más fantásticos no paran.

Y eso que todavía no ha sido liberado oficialmente en la mitad del planeta: América Latina, Asia y buena parte de Europa siguen esperando, mientras que la Pokémon Company resuelve inconvenientes, incluida la sobrecarga de sus servidores por la inmensa popularidad que alcanzó allí donde sí se encuentra disponible oficialmente (Estados Unidos, Australia y Nueva Zelanda).

¿Pero qué pasa cuando los amigos de Pikachu aparecen allí donde no son bienvenidos?

¿Y por qué parecen no tener sentido de la ubicación (y siguen apareciendo donde no los han llamado)?

Pero primero lo primero.

Pokémon non grato

Esta es una lista en elaboración, que crece cada día que pasa. Pero por ahora los sitios que los han declarado criaturas non-gratas incluyen:

El Museo de la Memoria del Holocausto en Estados Unidos. “Jugar el juego no es apropiado en el museo, que recuerda a las víctimas del nazismo”, le dijo el director de comunicaciones Andrew Hollinger, a la prensa local. “Estamos tratando de averiguar si podemos excluir al museo del juego”.

El campo de concentración de Auschwitz, en Polonia. Pawel Wasicki, portavoz del monumento, calificó de “falta de respeto a la memoria de la víctimas del campo de concentración y exterminio de la Alemania nazi de muchas formas”, en un correo electrónico al periódico The New York Times.

El cementerio nacional militar de Arlington, Virginia (EEUU). Su portavoz, Stephen Smith, dijo en una declaración que jugar Pokémon Go sería visto como “inapropiado”, aunque al parecer todavía no han encontrado a nadie en ello. Se trató, más bien, de una advertencia.

El Centro Médico Académico, AMC, un hospital de Ámsterdam (Holanda). “Sí hay un Pokémon enfermo en el AMC, pero lo estamos cuidando bien. Por favor no vengan a visitarlo”, dijo la institución en un tuit.

La estación de policía de Darwin, en el norte de Australia. La incluimos en esta lista por haber sido la primera institución en advertir públicamente a jugadores que no se los dejaría entrar al recinto en busca de Pokémones.

Por qué lo hacen

Como ya te hemos contado, Pokémon Go es un juego de “realidad aumentada”: te hace ver la “realidad-real” con elementos de ficción, a través de un dispositivo. En este caso, tu teléfono celular.

Para lograrlo, el juego utiliza datos de Google Maps y los puntos que en éste aparecen marcados (como lugares de interés, parques, museos, etc.).

Los Pokémones mismos son distribuidos en forma aleatoria, con frecuencia sobre la base de sugerencias importadas del juego precursor de Pokémon Go, llamado Ingress.

“El mayor problema son las Poképaradas y gimnasios”, le explica a BBC Mundo Mikel Cid, editor del blog de tecnología y especialista en videojuegos para móviles.

“Estos son lugares a visitar por los usuarios que quieran conseguir nuevos objetos, y aunque los desarrolladores aseguran que están en “lugares emblemáticos”, pueden estar en lugares no tan seguros, sobre todo por la noche”.

En el caso de los lugares políticamente incorrectos, dice Cid, lo que ocurre es que, en efecto, “simplemente tomó los sitios a visitar de Ingress, por lo que ya deberían estar revisados, pero parece no haber sido así”.

De hecho, cuando se presentó la misma situación en Auschwitz con Ingress, la compañía dijo en una declaración que “después de que se nos hiciera notar que cierto número de marcadores históricos de antiguos campos de concentración habían sido añadidos, determinamos que no se corresponden con el espíritu de nuestros lineamientos y comenzamos a eliminarlos en Alemania y otros lugares de Europa”.

Como usuario, “no es obligatorio visitar todos los lugares del juego, aunque cuanto más se visiten, más ventaja se obtiene”, precisa Cid.

Pero ni él ni otros medios especializados han obtenido una respuesta de Pokémon Company sobre por qué no han limitado la aparición de criaturas allí donde no son bienvenidas.

De momento se añade a la lista de “pendientes por arreglar” de un juego que se ha convertido en todo un fenómeno.

“Deberían tomar cartas en el asunto”, concluye el bloguero.

- Algunas de las historias más extremas y divertidas de Pokémon Go (BBCMundo - **20/7/16**)



Como arma para combatir el crimen, como carnada criminal para atraer a víctimas o como razón para empuñar un arma contra jugadores tomados por delincuentes ha aparecido Pokémon Go como protagonista de las noticias en la última semana.

Y la lista es todavía más amplia.

La fiebre por el famoso juego de realidad aumentada que se ha convertido en todo un fenómeno social no baja.

Todo a pesar que una buena parte del planeta sigue esperando por la liberación del juego, incluido Japón, donde Pokémon nació a través de la consola Game Boy en 1995.

En América Latina, blogueros especializados y medios generales exprimen cada insinuación de una fecha, cada pista velada que pueda indicar cuándo estará disponible.

Su llegada a Puerto Rico este martes se interpretó como una señal alentadora para la región.

Entretanto, la aparición de Brasil, Argentina y Chile en la lista de países en prueba del sitio dedicado a monitorear servidores de videojuegos MMO Server Status fue tomado por algunos como una indicación clara de que es cuestión de horas.

Pero no hay pronunciamiento oficial de Niantic, Nintendo o The Pokémon Company.

Así que, mientras esperas, traemos algunas de las historias más extremas y divertidas ocurridas allí donde sí es posible “capturarlos todos”.

1. Pokémon como trampa policial

Si no puedes contra ellos, úneteles… y sácale provecho. Tal es el principio que la policía de la región de Manchester, en el centro de Inglaterra, parece haber adoptado en el caso de Pokémon Go.

En vez de prohibir la entrada de “entrenadores” en busca de Pokémones, como hiciera en su momento una estación policial en Australia, invitó activamente a algunos a pasarse por sus instalaciones.

Los lugares en los que Pokémon Go está causando problemas: ¿por qué las criaturas aparecen donde no deben?

Concretamente, a 500 individuos que, casualmente, están siendo buscados por las autoridades.

“Atención a los jugadores de #Pokémon Go en el área: recientemente descubrimos que hay un #Charizard en el área de toma de datos de sospechosos (de la sede policial)”, escribió en su página web la comisaría de la localidad de New Hampshire.

“Como Charizard es un personaje tan especial, estamos invitando solo a un número específico de personas. Si tu nombre aparece en esta lista, eres uno de los afortunados. Ven a la estación a capturar a Charizard. ¡Apúrate, antes de que Charizard se vaya!”.

La prensa local informa que, que se sepa, ninguno mordió el anzuelo. Pero valió la pena intentarlo.

2. A Jesús le importan los jugadores de Pokémon Go

Una iglesia metodista de Birmingham, en el centro de Inglaterra, se encontró a sí misma arrastrada por el fenómeno Pokémon cuando descubrió que estaba marcada como “gimnasio” en el juego.

El portavoz de la iglesia, David Hallam, le dijo a la BBC la semana pasada que la institución había estado recibiendo “llamadas telefónicas extrañas” poco antes del lanzamiento de Pokémon Go, y que sólo se dio cuenta de la razón cuando un hombre se presentó en la puerta.

“Nos miramos los unos a los otros y nos dijimos, “bueno, ofrezcámosle una taza de té””, contó.

“Nos rompemos la cabeza preguntándonos como atraer a los jóvenes. Y ahí están, en el umbral de nuestra puerta. Bueno, ¡bienvenidos, pasen adelante!”, dijo.

En consecuencia, la iglesia decidió colocar un cartel en la entrada que reza: “A Jesús le importan los jugadores de Pokémon”.

Adicionalmente, explicó Hallam, la iglesia estudia la posibilidad de abrir una capellanía online o una reunión de Pokémon para la gente interesada en aprender más sobre el juego.

3. Pasear a los perros de un refugio

Un refugio de animales en Indiana, Estados Unidos, también se figuró una manera de sacar provecho de la fiebre Pokémon.

El Refugio Animal Muncie invitó a los jugadores a sacar a pasear a los perros mientras iban de cacería de las criaturas.

En unas pocas horas, una fila de niños, jóvenes y personas mayores se había formado frente a las puertas de la institución, respondiendo al llamado.

“Hay gente llevando a los perros a pasear, poniendo fotos en sus cuentas de Instagram y otras redes sociales. La exposición para los perros es épica”, le dijo el director del refugio Phil Peckinpaugh a Buzzfeed.

4. Tomados por delincuentes

Dos adolescentes que jugaban Pokémon Go en el estado de Florida, EEUU, fueron blanco de disparos por parte de un hombre que los creyó ladrones, según se informó el domingo pasado.

Los jóvenes estaban en su automóvil a la 1.30 am del sábado pasado frente a una casa, a cuyo dueño le pareció que su actitud era sospechosa.

De acuerdo con el testimonio del hombre, se aproximó al automóvil con el arma en la mano, donde escuchó a uno de los jóvenes preguntarle al otro si había “obtenido algo”.

Ellos, en cambio, dicen que uno le inquirió al otro si había “logrado capturarlo” (en alusión a un Pokémon).

Los jóvenes arrancaron el vehículo, ante lo cual el hombre abrió fuego.

Ninguno salió herido.

5. Trabajo de tiempo completo

Un hombre en Nueva Zelanda renunció a su trabajo para dedicarse tiempo completo al juego Pokémon Go.

Se trata de Tomo Currie, quien trabajaba como barista en un restaurante costero cerca de Auckland.

Currie le dijo a la BBC que se estaba manteniendo con la ayuda de familiares y amigos, aunque reconoció que su decisión había sorprendido a sus padres.

“Cuando renuncié no le expliqué a mi gerente que me iba a cazar pokémones”, confesó.

“Pero después de que mi historia apareció en varios medios lo llamé para ponerlo al día en caso de que lo contactara la prensa”, contó.

Hasta el momento Currie ha capturado a 91 de los 151 pokémones disponibles.

6. Cazador cazado

Cuatro adolescentes que buscaban Pokémones tuvieron que ser rescatados el jueves pasado por la policía de una localidad del norte de Inglaterra después de quedar atrapados en una red de cuevas subterráneas.

Los jóvenes estaban buscando criaturas ficticias en la zona conocida como las minas de Box, en Wiltshire, que se adentran unos 30 metros bajo tierra.

Cuando se dieron cuenta de que estaban extraviados, los adolescentes comenzaron a buscar un lugar desde donde funcionara la señal de su celular.

Finalmente lograron comunicarse con los bomberos, quienes los rescataron con ayuda de guías locales y expertos.

De más está decir que los jóvenes no encontraron ningún Pokémon.

7. Recortando camino

Finalmente, la historia que acapara los titulares este miércoles es el hecho de que jugadores de Pokémon Go están vendiendo sus cuentas en Ebay por varios cientos de dólares.

Se trata de cuentas cuyos dueños han escalado hasta niveles elevados del juego, por lo que el comprador puede, potencialmente, ahorrarse buena parte del trabajo.

Esta práctica está prohibida, de acuerdo con los lineamientos de Niantic Lab, que desarrolló el juego.

“No lo hagas. Juega limpio”, dice la página que establece los lineamientos.

“Los métodos para hacer trampa, desafortunadamente, sólo están limitados por la imaginación de quien la hace, pero incluyen cuando menos lo siguiente: usar software modificado o extraoficial, jugar con varias cuentas (una por persona, por favor), compartir cuentas, usar herramientas o técnicas que alteren tu ubicación, o vender o intercambiar cuentas”, agrega.

- Tengo más de 30 años, juego Pokémon Go todos los días y no me avergüenzo (BBCMundo - **25/7/16**)

(Por Boris Miranda)

Tengo 32 años, dos libros publicados, trabajo como periodista multimedia en BBC Mundo, soy boliviano, vivo en Estados Unidos y juego Pokémon Go todos los días.

¿Confesión de un problema? ¿Reconocimiento de una adicción? Es posible.

Sin embargo no me avergüenza en absoluto.

De hecho, lo primero que hice cuando atrapé a Charmander fue subir a Twitter la foto del amiguito de la cola flameante frente al balcón de mi apartamento.

Fue un momento, aunque suene difícil de entender, emocionante.

Hace mucho tiempo que no esperaba tanto un juego como lo hice con Pokémon Go.

Lo aguardaba desde la primera vez que vi el video promocional que anunciaba su lanzamiento hace más de un año.

Allí se ve como cientos de “maestros” derrotan a un Mewtwo en Times Square de Nueva York.

La idea de convertir mis caminatas diarias al trabajo en una cruzada para atrapar a criaturas que conozco hace más de 15 años me encantó.

La abrumadora cantidad de jugadores, las escalofriantes cifras de las transacciones en la bolsa de Tokio y las imágenes de “maestros” colapsando espacios públicos desde Los Ángeles hasta Sidney sugieren que no soy el único al que le gustó la idea.

Se me ocurren algunos motivos.

De vuelta al pasado

Antes de escribir este artículo volví a ver la primera película de Pokémon de 1999 para refrescar la memoria.

La historia es mala, predecible, con un final forzado y tiene muchos momentos innecesarios.

Casi igual a como recuerdo las primeras temporadas de la serie animada para televisión: la misma estrategia narrativa en cada capítulo y chistes repetidos una y otra vez.

Pikachu salvaba la jornada con una poderosa descarga eléctrica y los villanos del Equipo Rocket terminaban volando por los aires.

La verdad es que los videojuegos, aunque mejores que sus correlatos para el cine y la televisión, tampoco eran algo fuera de serie.

A título personal, creo que Pokémon se encuentra un peldaño por debajo de los títulos consagrados de Nintendo, como The Legend of Zelda o Super Mario Bros.

Pero no por eso deja de ser un éxito rotundo en ventas.

Es más, todavía recuerdo que la primera vez que gané algo de dinero lo gasté todo en el cartucho de Pokémon Stadium para Nintendo 64.

No eran títulos que esperábamos con ansias, pero de una u otra manera se colaban en nuestras colecciones de videojuegos para consolas y dispositivos portátiles.

Y bajo esa dinámica pasaron más de 15 años.

Por eso nunca nos olvidamos de Pikachu, Charizard, Bulbasaur y Squirtle, el que ahora es más conocido entre los jóvenes como “la tortuga de los memes”.

Lo que faltaba

Además del concepto tradicional de capturar y evolucionar a tus criaturas, de la franquicia Pokémon se desprendieron videojuegos en los que debías tomar fotos, hablar con Pikachu desde un micrófono especial o resolver puzzles.

Incluso apareció un juego con cartas coleccionables, al estilo de Magic.

Sin embargo, la idea central de esos juegos siempre me supo incompleta.

Hasta que apareció Pokémon Go, que no por nada en menos de una semana se convirtió en la aplicación más exitosa de la historia.

Pokémon Go completaba la idea que empezó con el primer videojuego (de horribles gráficos) para Game Boy lanzado en 1996.

Gracias a la tecnología conocida como realidad aumentada, al fin sientes que protagonizas el juego.

Al menos eso me pasó cuando vi a Charmander parado junto a mi sofá.

Esa noche, cuando me di cuenta que el juego ya estaba disponible en Estados Unidos, yo estaba por acostarme a dormir.

Las ganas de jugarlo hicieron que me vistiera de nuevo para probarlo caminando un par de cuadras.

En el camino me encontré un Rattata.

Al día siguiente comencé a cruzarme con otros “maestros” en las calles.

La primera vez fue una sorpresa, ahora es lo más normal del mundo.

Desde que comencé a jugar Pokémon Go salgo de mi apartamento rumbo al trabajo entre 20 y 30 minutos antes de lo usual.

Así tengo el tiempo suficiente para capturar algunos pokémones y detenerme en las poképaradas para conseguir más pokébolas y huevos.

El intenso verano de Miami hace más duras las caminatas, pero lo tomo como parte del desafío.

Después de Pokémon Go

Cuando cierras la aplicación en tu teléfono móvil, todo lo bueno y lo malo que hay en el mundo sigue ahí.

Nunca creí que los videojuegos sean una forma de escapar de la realidad y tampoco lo creo ahora con Pokémon Go.

Son un pasatiempo como tantos otros.

Un día después del lanzamiento del juego en Estados Unidos sucedió el tiroteo en Dallas en el que murieron cinco policías y el atacante.

La siguiente semana asesinaron a otros tres agentes en Luisiana.

Y ocurrió el terrible atentado en Niza, Francia, los ataques en Alemania, el intento de golpe en Turquía y la explosión en Kabul que mató a más de 80 personas.

Podríamos seguir enumerando, pero con lo mencionado basta para entender que tenemos gigantes problemas ante nuestras narices.

En un mundo tan jodido, buscar pokémones en las calles puede parecer insensible y egoísta.

Pero, bajo esa lógica, lo primero que deberíamos hacer es suspender las olimpiadas de Rio de Janeiro, clausurar la Navidad hasta nuevo aviso y dejar de hacer el amor.

Nada de eso debería tener cabida en un mundo en el que de a poco triunfan el miedo y el odio.

Por fortuna todavía no nos rendimos ante eso y nos aferramos a esa vieja idea de que la vida puede ser más que una sumatoria de lamentos.

También estoy consciente de que al ser parte de esta avalancha de “maestros Pokémon” colaboro en hacer más rica a gente que hace rato es millonaria.

Pasa lo mismo cuando voy al cine, pongo música en mi apartamento o enciendo la computadora portátil.

Me gustan los videojuegos desde que tengo memoria, al igual que leer y jugar fútbol.

No creo que Pokémon Go me haga mejor o peor persona, ni tampoco que cambiará mi vida o que me permitirá conocer a mi futura esposa.

Pero sí me permite romper con esa dinámica de angustias y temores que se impone a escala global (y caminar algunos kilómetros extra semanalmente).

Un juego, así sea de realidad aumentada, no deshumaniza.

Lo que nos distorsiona como personas es asumir cada vez con más naturalidad tiroteos en las calles, feminicidios en todas partes, atentados con bombas y camiones, o migrantes muriendo en su intento por huir de las guerras.

Ahí están la insensibilidad y el egoísmo, no en aspirar a derrotar a Mewtwo en Times Square junto a cientos de personas.

Por ahora, la persona con la que salgo toma mi nuevo pasatiempo con humor.

Ojalá no cambie de opinión.

*“La propietaria de la accidentada central nuclear de Fukushima, Tokyo Electric Power (TEPCO), ha pedido al operador de Pokémon GO que cambie los ajustes del popular juego para móviles para evitar que las criaturas aparezcan en centrales nucleares”...* Piden la retirada de pokémons de las centrales nucleares en Japón (El Español - **27/7/16**)



TEPCO ha detectado al menos un Pokémon en las instalaciones de una de las tres plantas atómicas en las que ha realizado pruebas.

### La compañía, que ha pedido a sus trabajadores que no jueguen a Pokémon GO en las instalaciones, no ha especificado dónde encontró a la criatura virtual para evitar que se produzcan intrusiones en la zona en cuestión, como la de los tres adolescentes que se colaron en una central nuclear de Ohio (EEUU) buscando pokémons.

*“Hoy se celebra en Madrid una quedada masiva del videojuego de moda que pretende reunir a más de 5.000 personas. Todavía no está claro cuál será el epicentro”…* ¿Puerta del Sol o parque del Retiro? Polémica en la primera quedada de “Pokémon Go” (El Confidencial - **28/7/16**)

A escasas horas de que se produzca la gran quedada de “Pokémon Go” en Madrid todavía no está claro cuál va a ser el epicentro del encuentro de los jugadores del popular juego de Niantic y Nintendo. Los organizadores (Fever y Madrid Distinto), en colaboración con el Ayuntamiento, han escogido la Puerta del Sol como lugar del encuentro pero los jugadores no están nada contentos y reclaman que el evento se celebre en el parque del Retiro, tal y como estaba previsto en un primer momento.

Las cifras han desbordado todas las previsiones de los organizadores que, en primera instancia, habían pensado en el Retiro como el lugar del encuentro. El parque cuenta con un gimnasio así como con un estanque, lo que favorece la aparición de criaturas de diferentes tipos. Uno de los motivos que empujan a los jugadores a congregarse en masa es el hecho de que estas grandes concentraciones permiten cazar algunos de los ejemplares más raros.

Desde Madrid Distinto se emitió ayer por la tarde un comunicado en el que se hablaba de la posibilidad de lograr un récord Guinness en la quedada, lo que podría abrir la puerta a que Madrid albergara alguno de los futuros eventos que se llevarán a cabo en localizaciones concretas. “El objetivo es llamar la atención de Niantic hacia Madrid y que en un futuro considere la capital para realizar el primer evento con un Pokémon Legendario, batiendo el récord de la Quedada Pokémon Go más grande del mundo”.

- Cómo ser el mejor entrenador pokémon contado por los que más saben (El Español - **29/7/16**)

En la jungla. Acudimos a la primera pokéquedada oficial en la Puerta del Sol con más de 3.000 personas jugando al mismo juego.

(Por Patricia Morales y Silvia P. Cabeza)

Hace unos días llegaba a mis oídos que este jueves 28 de julio a las 19.00 horas alguien había tenido la idea de organizar una [pokéquedada](https://www.facebook.com/events/1264679053587816/). El lugar: el parque del Retiro. La misión: juntarte con miles de personas para cazar pokémon en compañía. La razón: diversión pura y dura. [Pokémon Go](http://www.elespanol.com/ciencia/tecnologia/20160714/140105992_12.html)ha revolucionado al mundo entero y Madrid quería batir el récord del mundo. Una decisión de última hora cambió la localización a la Puerta del Sol, algo que no sentó del todo bien a los entrenadores.

Pensaba -y no me faltó razón- que los entrenadores pokémon acudirían a esta cita disfrazados de sus personajes favoritos. Unas con gorras de Pikachu, otras con banderas del juego y algunos con peluches. Yo no iba a ser menos y me fabriqué unas pokéballs de poliespan para intentar cazar los mejores pokémon.

Para conseguir mi misión y evolucionar a súper entrenadora fui a preguntar a quienes mejor saben del tema. Cómo me podía convertir en la mejor entrenadora pokémon y entrar a los gimnasios evitando que me apaleen era una de las cosas que más me urgía saber.

Casi todos a los que pregunté tenían un nivel 20 o superior. El mío es el 8. ¿Cómo logro subir?, les preguntaba. “Tienes que andar mucho y capturar muchos pokémon”. Ah, ya, claro. ¿Y cómo los evoluciono? “Capturando muchos pokémon de lo mismo”, me decían. Parecía lógica pero aquí también interviene un punto -alto- de frikismo y mucha paciencia.

Las dudas me seguían azotando en la cabeza como pokébolas voladoras sobre Charmander. ¿Qué se puede hacer en un gimnasio? ¿Cómo se lucha allí? ¿Qué consigues con eso? “Tienes que entrar en un gimnasio y derrotar a los pokémon que hay ahí. Si es de tu equipo, les subes el nivel al gimnasio y si es de otro equipo echas a los entrenadores que hay”, me dijo uno de los casi 5.000 entrenadores concentrados en la Puerta del Sol.

Vale: andar, cazar, gimnasio y ganar. ¿Y ya? ¿Qué sentido tiene lo demás? ¿Qué ha hecho esta aplicación para que [no se hable de otra cosa](http://www.elespanol.com/ciencia/tecnologia/20160722/141986538_0.html)? “Pues quedar con tus amigos, salir por la noche y hasta que el móvil aguante”, me confesó otra joven entrenadora. Pokémon Go ha recibido [multitud de críticas](http://www.elpais.com.uy/vida-actual/maduro-contra-pokemon-go.html) por absorber la mente de los jóvenes, unas críticas hechas por gente que, a su juicio, “no entiende el juego”.

Todas las personas a las que preguntamos coincidían en contestar que la gente no debería meterse con la diversión de los demás. “Que se busquen una vida, no hay más. Quien dedica su vida a odiar otra cosa es porque su vida no vale una mierda”, me dijo un entrenador nivel 17.

Y de buscarse la vida también iba la pokéquedada. Algunos se quejaban de que Pokémon Go no lanzara un ejemplar especial durante el evento. Por eso, para ciertas personas, lo de Sol fue un día normal pero con menos datos en el móvil. “Si el evento hubiera estado organizado por la empresa de Pokémon todo hubiera salido mejor”, me dijo el más crítico de los entrevistados. Así que pasados unos minutos de las 19.00 horas, todos se encaminaron hacia el lugar original de la quedada: el parque del Retiro.

Allí asistimos a ese peregrinaje limpio, con alegría y con la cabeza gacha mirando el móvil sin parar. “Esto no lo había visto nunca”, nos dijeron unas estadounidenses que alucinaban con el evento que se había montado en Sol. Sin embargo, lo del Retiro no tiene nombre. Hace unos días [este](https://twitter.com/EduardoPradanos/status/757323766645026816?lang=es)usuario de Twitter publicó un vídeo sobre cómo se movía la masa de gente para capturar un pokémon. Pero, ¿cómo saben qué ejemplar ha salido? “Te metes en www.pokevision.com y listo”, nos dijo una joven sentada al bordillo del estanque del Retiro.

[[](https://twitter.com/EduardoPradanos/status/757323766645026816)](https://twitter.com/EduardoPradanos/status/757323766645026816)

[**Eduardo Prádanos G.** @EduardoPradanos](https://twitter.com/EduardoPradanos)

Así se vacía una zona del Retiro porque alguien avisa de que hay un [#Pokémon](https://twitter.com/hashtag/Pok%C3%A9mon?src=hash) en otro lugar [#alucinante](https://twitter.com/hashtag/alucinante?src=hash)[#Pokémon Go](https://twitter.com/hashtag/Pok%C3%A9monGo?src=hash)

[10:17 - 24 jul 2016](https://twitter.com/EduardoPradanos/status/757323766645026816)

Fuimos al epicentro de la lucha, al lugar donde la temperatura sube por la tensión de los móviles. Al centro donde gente pide compartir datos porque se han quedado sin ellos de tanto jugar. Yo ya tenía todas las claves para lograr ser mejor entrenadora Pokémon. Pero allí, bajo la mirada de Alfonso XII a caballo, cientos de personas se divertían jugando a su juego favorito. Al juego que está cambiando la manera de conocer parques, plazas y esculturas. Al juego que ha hecho que jóvenes tímidos salgan a la calle y conozcan a otros amantes del mismo divertimento. No hay nada más sano que caminar, reír y divertirse. ¿Por qué tanta crítica, entonces?

*“El fenómeno del Pokémon Go, como cualquier innovación que irrumpe en la vida cotidiana, tiene sus riesgos. El temor de las autoridades es que el juego de móvil pueda convertirse a una puerta abierta para los depredadores sexuales. Para cerrarla, Nueva York procede a prohibir el acceso a delincuentes sexuales fichados y evitar así que los pederastas utilicen el popular juego de realidad aumentada para atraer a sus víctimas”...* Nueva York prohíbe el uso de Pokémon Go a los pederastas (El País - **2/8/16**)

La aplicación de Nintendo suma ya 100 millones de descargas. La iniciativa de Andrew Cuomo pretende así proteger a los niños de cualquier conducta abusiva. Para ello se dio la orden este lunes al departamento que se encarga de supervisar a los autores de delitos sexuales para que se les prohíba jugar al Pokémon Go o cualquier otra aplicación que sea utilizada por menores.

El Estado de Nueva York tiene a unos 3.000 condenados por delitos sexuales bajo supervisión, que están en libertad condicional. “A medida de que la tecnología avanza, debemos asegurar que esas innovaciones no se convierten en avenidas para que los depredadores sexuales abusen de nuevas víctimas”, explicó Cuomo en la nota con la que se anunciaba la medida, “la prioridad número uno es proteger a los niños”.

Si los integrantes de la lista de delincuentes sexuales descargan la aplicación o acceden al juego, se considerará que están quebrantando el régimen de libertad vigilada. El departamento de prisiones de Nueva York ya entrega una lista a compañías tecnológicas como Facebook, Apple y Microsoft, que incluye información detalla de los delincuentes sexuales para que purguen las cuentas en sus plataformas sociales.

Para acceder a Pokémon Go es necesario tener una cuenta de Google. Cuomo quiere que esta medida se ejecute además en coordinación con Hanke and Niantic Lab, el desarrollador de la aplicación, ya que el mapa puede servirles para saber qué criaturas buscan los niños. También se podría modificar el algoritmo para que evitar que los pokémones aparezcan junto a las casas de estos delincuentes sexuales.

La amenaza es real, porque el juego permite crear incentivos para que los usuarios se hagan con pokécoins -monedas virtuales- cerca de sus casas. La medida anunciada en Nueva York se basa de hecho en un estudio que revela que aparecían 73 pokémones en un radio de medio bloque en el que residían 100 integrantes de la lista de delincuentes sexuales. Hay otras ciudades en Estados Unidos que están registrando datos similares para apoyar medidas.

*“Job Today ha publicado un anuncio para contratar usuarios con experiencia en Pokémon Go para que trabajen este verano como guías turísticos”...* Se busca experto en Pokémon Go para trabajar este verano (Expansión - **5/8/16**)

La fiebre por los Pokémon está alcanzando límites insospechados. En otras ciudades como Londres o Luxemburgo ya hay rutas específicas para cazar a estos pequeños monstruos, pero esta tendencia a aprovechar el juego para el turismo no es sólo en el extranjero. Esta semana conocíamos cinco hoteles españoles que se venden dentro del “poké-turismo”, y una agencia de viajes que ofrecía vuelos desde España a Estados Unidos para cazar Pokémon.

Ahora la red nos sorprende con ofertas de trabajo en España para gente experta en el juego japonés que quiera ganarse un dinero extra en lo que queda de verano. La oferta laboral se ha publicado en la aplicación Job Today con este reclamo “Precisamos expertos en Pokémon Go para trabajar en toda España. Disponibilidad los fines de semana. Mínimo nivel 20 en Pokémon Go”.

La oferta consiste en convertirse en guía acompañante de grupos por todas las provincias de España, y se ofrece un sueldo diario por cada trabajo desempeñado. Según Job Today, en este sentido, los seleccionados a este puesto de trabajo, se dedicarán a coordinar y guiar las salidas de pequeños grupos de entrenadores Pokémon en distintos puntos de España.

La empresa que realiza la oferta es Junior Travel, una agencia de viajes ubicada en Granada que parece haberse decantado por realizar rutas turísticas en busca de los personajes del conocido juego.

**- The Hall of Fame (los primeros “Maestros” del poké-“bolas”)**

*“Un neoyorquino de 28 años es el primero que consigue el objetivo principal del juego. Su aventura incluye un viaje de 110 kilómetros en Uber, en círculos”…* Y a los 17 días, Pokémon Go “murió” (El País - **29/7/16**)

Lo recordarás: el día que la primera persona resolvió el cubo Rubik fue como si el enrevesado juego perdiera interés, como si ya pasara a ser más terrenal que inalcanzable. Es lo que ha ocurrido ahora con el divertimento del momento, Pokémon Go. 17 días después de ponerse en circulación, ya hay una persona que lo ha completado. Para él, al menos, el reto de Pokémon Go ha muerto. Pero no ha sido un camino fácil.

Ocho horas entre semana -más de 10 los fines de semana-, 12 kilómetros diarios, unos cuantos cientos de euros, caminatas en línea recta e innumerables vueltas por la ciudad montado en un Uber. Es lo que ha hecho Nick Johnson (EEUU, 28 años) para convertirse en la primera y única persona (que se sepa) que ha acabado el avasallador entretenimiento del momento, Pokémon Go. Sí, el juego de realidad aumentada al que niños, adolescentes y adultos dedican todo el tiempo que sus padres, trabajo y cónyuges les permiten, ya tienen solución. Nick es un neoyorquino residente en Brooklyn que “sólo” ha tardado 17 días en destripar [los misterios de Pokémon Go](http://elpais.com/elpais/2016/07/15/buenavida/1468569643_512029.html). ¿El resultado? 142 pokémon capturados en su pokédex (almacén de pokémon), exactamente todas las criaturas que están disponibles actualmente en EEUU.



El héroe del momento. Nick Johnson, el primero en cazar todos los pokémon de Pokémon Go.

Solo le queda una espinita: cazar tres pokémon que no están disponibles donde el reside, en Estados Unidos: Mr. Mime, solo disponible en Europa; Kangaskhan, solo en Oceanía; y Farfetch'd, solo en Asia. Pero está en ello: gracias al patrocinio de una cadena hotelera pronto se desplazará para atrapar a esos tres bichejos.

El último pokémon que Nick cazó fue Omastar. Pudo haber acabado el juego dos días antes, cuando lo encontró rondando por su vecindario, pero en ese momento su móvil dejó de funcionar (ya se sabe, la dichosa batería), prolongando la agonía 48 horas más. Sin embargo, fue el penúltimo que atrapó, Porygon, el que más se le resistió.Tuvo que salir de Brooklyn y hacer un viaje hasta Nueva Jersey (110 kilómetros).”Otro jugador me dijo que podría encontrarlo allí, así que me monté en un Uber y le pedí que condujera en círculos por la ciudad hasta que diéramos con él”, explica en una entrevista a [Business Insider](http://www.businessinsider.com/pokemon-go-guide-tips-and-tricks-from-the-first-person-to-catch-them-all-2016-7?op=1).

Tras esta hazaña, que le ha costado perder 4,5 kg de peso y muchas horas de sueño, Nick Johnson se ha convertido en maestro y entrenador de pokémon. Ahora, puede seguir jugando e interactuado (por ejemplo, defender con tus pokémon un gimnasio, enfrentarte a los pokémon de otros jugadores, etc.), pero ya ha conseguido la base del juego.

Johnson quiere compartir con el resto del mundo lo que ha aprendido de sus largas horas de caza con el móvil. Asegura que lo primero que hay que hacer es comprar un par de zapatillas cómodas para andar. También recomienda avanzar en línea recta. De esta forma, el sistema calcula mejor la distancia recorrida: al desplazarte en círculos el terminal no es capaz de medir lo lejos que se ha llegado (aunque él utilizó este sistema, excepcionalmente, para cazar al escurridizo Porygon). Pero, sobre todo, es primordial interactuar con otros jugadores: “Es un juego muy social. Si no sabes dónde encontrar un pokémon muy específico, otros jugadores estarán encantados de ayudarte”, afirma Nick.

A pesar de que lo primero que uno piensa al enterarse de la proeza de este hombre es que no podía tener vida más allá de Pokémon Go, lo cierto es que tiene un trabajo del que sale a las 18:30 todos los días y una novia con la que pasa gran parte de su tiempo libre. O así era hasta que el juego aterrizó en sus vidas.

Nick asegura que ahora es su novia la que está enganchada a Pokémon Go y, una vez recupere las horas de sueño perdidas, promete ayudarla a cazar todos los pokémon necesarios para completar el juego.

*“Alakazam es un pokémon con gran poder mental para derrotar a sus oponentes. Su cabeza tiene forma de estrella amarilla y le cuelgan unos bigotes muy largos, en el caso de los machos. Este es el último monstruo del vídeo juego de Nintendo que ha conseguido cazar David Quintana, de 21 años. Jugó día y noche hasta conseguir los 145 pokémon que están disponibles, aunque en el juego original hay seis más. El joven de Elche (Alicante) ha tardado 22 días en completar el juego,*[*desde que saliera Pokémon Go el pasado 6 de julio*](http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2016/07/15/actualidad/1468573521_316807.html)*. Un neoyorquino, de 28 años,*[*se apuntó el récord hace unos días tras haber conseguido 142 disponibles en EEUU en 17 días*](http://elpais.com/elpais/2016/07/28/icon/1469695341_557176.html)*, pero le faltaban tres repartidos por el mundo (los de Australia, Asia y Europa). Quintana los tiene todos. Asegura que los hizo eclosionar de los huevos que consiguió en las*poképaradas”..*.* Un español consigue los 145 monstruos de “Pokémon Go” (El País - **2/8/16**)

Kangaskhan, Tauros y Farfetch’d están localizados, respectivamente, en Australia, América del Norte y Asia. Pero el joven español no dio la vuelta al mundo. Después de jugar, jugar y jugar estos monstruos perdidos por tres continentes nacieron de los huevos de cinco kilómetros que Quintana había conseguido. Tienes que recorrer esta distancia para que se abran, después de que hayan pasado por la incubadora. Existen huevos de dos, cinco y diez kilómetros. “No es fácil conseguir que te salgan estos Pokémon, pero yo fui cabezón y no me di por vencido”.

Charizard es el que más le costó cazar. “Una vez le tiré “pokébolas”, pero se esfumó. Otra vez me apareció mientras estaba montado en un autobús, pero no le iba a pedir al conductor que parase para capturarlo”, comenta entre risas.



David Quintana, el español que ha conseguido las 145 criaturas de Pokémon.

Una noche mientras entrenaba a sus bichos, la aplicación le avisó de que había uno en la casa de su vecino. Tendría que haber entrado a la vivienda de al lado, pero el joven se resistió. Le gusta disfrutar del vídeojuego en intimidad. “A veces escucho comentarios en el autobús de la gente criticando el juego. Yo prefiero disimular y que nadie lo note”, matiza.

Este estudiante de informática ha aprovechado las vacaciones de verano para recorrer la ciudad en bicicleta en busca de pokémon. Su novia a veces le acompaña en esta aventura. “He dormido menos estos días. Aprovechaba las noches para jugar en casa y subir de nivel”. Quintana aún está en el 18 y tiene acceso a “superbolas”, una categoría mejorada de las “pokébolas”. La diferencia entre estas es que mejoran la precisión para cazar a los bichos. Ahora quiere seguir practicando para subir de nivel y conseguir “ultrabolas”, para cuando la segunda generación de pokémon esté disponible.

*“Un editor de Pink Java llamado Jeff ha encontrado la vía para piratear su propio Tesla Model S, pero en esta ocasión para poder jugar a través de la gigante pantalla del vehículo (14 pulgadas) a Pokémon Go, según informa Electrek”...* Un hacker piratea su Tesla Model S para jugar a Pokémon Go usando la pantalla del coche (El Economista - **2/8/16**)

El sedán cuenta con pantalla, cámara exterior y ubicación GPS, todo lo necesario para poder encontrar y cazar Pokémons. El inconveniente de este descubrimiento de Jeff es que solo puede hacerlo al echar marcha atrás ya que es el único momento en el que la pantalla ofrece la imagen del exterior. “Se convierte en todo un reto. Casi me apoyé sobre un Rattata”, afirma en declaraciones a *Pink Java*. No obstante, Jeff reconoce que no le resultó nada sencillo llevar a cabo el pirateo al mismo tiempo que evita detallar cómo lo consiguió: “No es perfecto. La pantalla del Tesla corta algunos de los juegos; No he sido capaz de arreglar eso”, concluye.

**- Quid prodest? (la mano que mece la cuna)**



# - 5 cifras espectaculares que reflejan el éxito de Pokémon Go (BBCMundo - 19/7/16)

En son de broma, dicen que aquellos niños y jóvenes que hace más de 15 años eran fanáticos de Pokémon nunca crecieron… ellos evolucionaron.

Y así también la franquicia de estos famosos “monstruos de bolsillo” evolucionó hasta convertirse en un juego que ha producido situaciones sorprendentes, como por ejemplo, opacar a la multimillonaria y siempre popular**industria pornográfica** en las búsquedas de Google.

Tamaña e inesperada victoria ha hecho que los primeros que miren con emoción el impacto global de esta fiebre no sean aquellos que llenan sus bolsillos de pequeños monstruos, sino de **dinero.**

## Negocio millonario

Uno de los impactos inesperados de Pokémon Go está en los mercados. A sólo dos semanas de haberse lanzado, la aplicación de realidad aumentada permitió a Nintendo **duplicar su cotización en bolsa**.

El gigante de los videojuegos ha **revalorizado sus acciones en más de 100%** según Bloomberg. Según esta agencia especializada en noticias financieras, si lo traducimos en dinero, el pasado 6 de julio Nintendo valía cerca de US$ 19 mil millones y para el 18 del mismo mes, la cotización de esta empresa se acercaba a los US$ 40 mil millones.

Y eso no es todo. La compañía creadora del popular personaje **Mario Bros** ha superado en valor a su archirrival Sony cuya cotización durante la misma fecha era de unos US$ 38.400 millones.

Y todo esto viene de la mano de un record histórico:

La fiebre de Pokémon Go avivó las transacciones en la bolsa de Tokio que el viernes 15 de julio superaron los US$ 4.500 millones de dólares, **cifra nunca antes alcanzada.**

El éxito financiero del videojuego es compartido por la empresa desarrolladora Niantic, que es una filial de Google. Sin embargo, si las mayores expectativas económicas las tiene Nintendo es porque el uso de la realidad aumentada “puede ser aplicado también para otros personajes de su catálogo, como **Mario Bros o Zelda**”, señala a la BBC David Corbin, de la página web Tech in Asia.

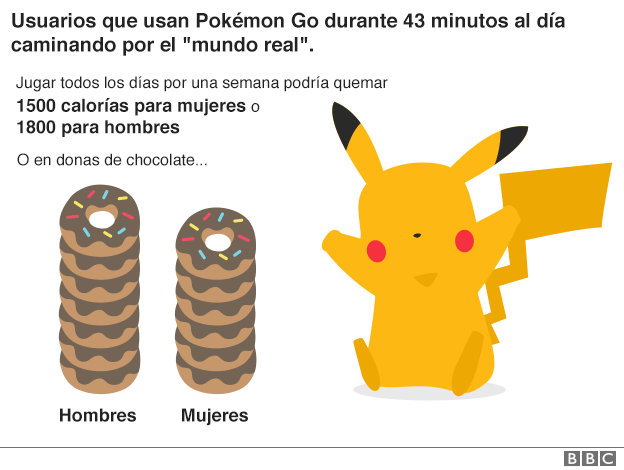
## Monstruos y caramelos

Para decir en una frase otro dato sorprendente: Pokémon Go se convirtió en sólo una semana en el juego para teléfonos inteligentes **más popular de la historia en Estados Unidos.** Según Forbes, el título que hasta hace pocos días pertenecía al famoso Candy Crush Saga, ahora es de la aplicación cuyo principal objetivo es encontrar 700 variedades de pokémones desperdigados en el mundo real.

La empresa SurveyMonkey, uno de los proveedores más importantes de información estadística basada en internet, asegura que Pokémon Go alcanzó los **21 millones de usuarios activos diarios** en Estados Unidos.

Candy Crush Saga, en su momento de mayor popularidad, estuvo cerca de los **20 millones** en ese país. Según los creadores de este juego, que consiste en alinear tres caramelos del mismo color para hacerlos desaparecer (de una forma que recuerda al viejo Tetris), ellos alcanzaron los **93 millones de usuarios activos diarios a nivel mundial** en 2013.

Además de ser juegos muy distintos, Pokémon Go también se diferencia en que **suele implicar que el usuario camine**. Por ello, hay quienes incluso consideran que la cacería de pequeños monstruos por la ciudad puede romper con el sedentarismo asociado a la mayoría de juegos.

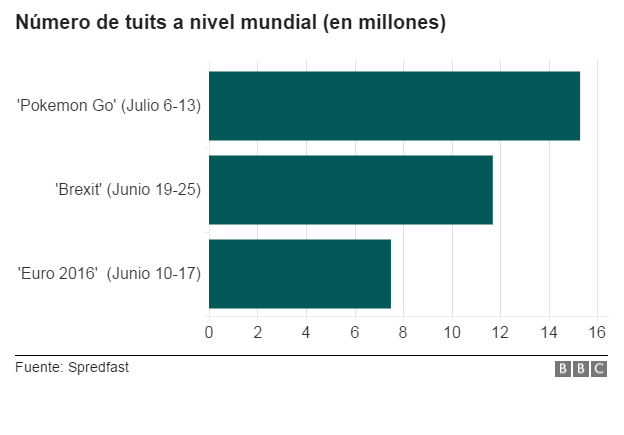


Por el momento, Pokémon Go está disponible en **Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda y parte de Europa**. Tras su lanzamiento en Japón y otros países de Asia, así como en **América Latina**, se espera que se convierta en cuestión de días en el juego para *smartphone* **más popular del mundo.**

## Mejor un pokémon que una novia

Las redes sociales han sentido el impacto de la fiebre pokémon. Empezando por el gigante Facebook. De acuerdo con Sensor Tower, empresa dedicada a rastrear el éxito de las aplicaciones para teléfonos celulares, los usuarios pasan más tiempo al día **cazando monstruos virtuales** que revisando su Facebook. En cualquier lugar uno puede encontrar Quienes tienen ambas aplicaciones en su *smartphone* suelen pasar en promedio 33 minutos diarios jugando Pokémon Go y 22 minutos en la **red social creada por Mark Zuckerberg**.

Snapchat, Twitter e Instagram están bastante más atrás en el ranking de atención de los usuarios. De hecho, de acuerdo con SurveyMonkey, en Estados Unidos **Pokémon Go ya ha sido más descargada que Twitter**y si la tendencia se mantiene, pronto va a superar (si no ha superado ya) a Snapchat.

Pero hay otro dato que resulta más significativo aún.

Pokémon Go también tiene **más descargas que Tinder**, la popular red social para encontrar pareja. De acuerdo con SimilarWeb, una influyente base estadística sobre el desempeño de aplicaciones para celulares, sólo bastaron dos días para que el juego que distribuye **Nintendo** supere a la aplicación de contactos. Atrapar un pokémon virtual parece más atractivo que conseguir una pareja real.

## Más popular que la pornografía

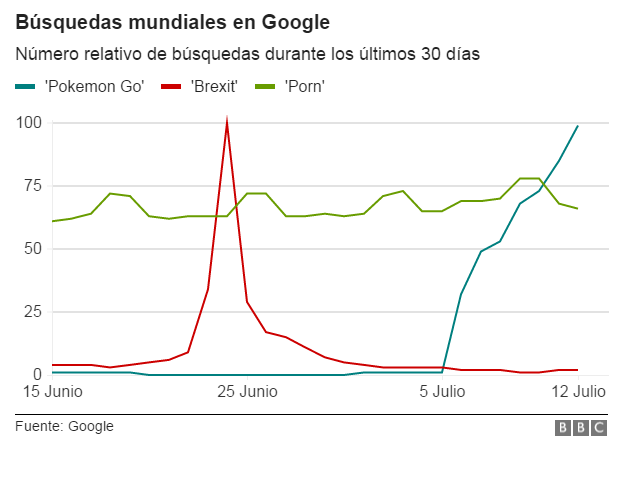
Si Google fuera un termómetro fiable sobre las preferencias del mundo, en este momento se diría que hay **más gente interesada en los pokémones que en el sexo.**

De acuerdo con Google Trends, la herramienta para medir las búsquedas por internet, durante los últimos días más usuarios buscan la frase “Pokémon Go”, que la palabra “**porn”** (porno en inglés).

Salvo breves excepciones, como los días en torno al referendo por la salida de Reino Unido de la Unión Europea o “Brexit”, el término “porn” ha sido sin discusión el más popular en Google.

Pero el lunes 11 de julio la tendencia cambió: **Pokémon Go empezó a ser lo más buscado por los usuarios en Google.**

Los nuevos resultados han sido tan significativos que, a través de su cuenta de Twitter, **la página web de contenido para adultos YouPorn felicitó a Nintendo** por ser “más populares que la pornografía”.



Pero como se suele decir, si no puedes con tu enemigo, únete a él. Y la industria pornográfica ya creó una nueva categoría que mezcla los dos términos más populares de internet: **“Pokémon Porn videos”.** Ese sí resulta un escenario totalmente insospechado para encontrar un Pokémon.

*“El fenómeno de Pokémon Go constata la buena salud de los juegos para “smartphones” y tabletas, un negocio en pleno “boom” que mueve 37.000 millones de dólares en todo el mundo. Julio de 2016 pasará a la historia como el mes de la locura Pokémon. Móvil en mano, millones personas deambulan estos días a la caza y captura de unas criaturas fantásticas que han cobrado vida gracias a la magia de la realidad aumentada”…* La mina de oro de los videojuegos para móviles (Expansión - **25/7/16**)

El éxito de Pokémon Go, el juego de Nintendo desarrollado por Niantic, ha pillado por sorpresa incluso a los expertos de la industria. Este fenómeno global constata que los videojuegos son una delas grandes formas de ocio de la era moderna y que los móviles están llamados a ser el nuevo soporte de entretenimiento.

Desde hace una década, los españoles se gastan más en videojuegos que en ir al cine o comprar música grabada. El año pasado, este negocio facturó 1.083 millones de euros en España, un 8,7% más que el año anterior, según la Asociación Española de Videojuegos (AEVI). La industria mueve en todo el mundo 91.500 millones de dólares (83.028 millones de euros).

No es solo cosa de niños

AEVI calcula que el 40% de la población española es usuaria de videojuegos y juega una media de 6,2 horas semanales. El récord europeo lo tienen los británicos, que dedican nueve horas a la semana.

El ocio ligado a los videojuegos no es algo exclusivo de los más jóvenes, aunque obviamente el porcentaje de jugadores disminuye conforme se cumplen años. Aun así, el 40% de los adultos echa partidas a las consolas o se entretiene con títulos para móviles. Seguramente, con los años vaya incrementándose el porcentaje de adultos jugadores, conforme crezcan unas generaciones que se han criado entre pantallas de juego. España es el noveno consumidor mundial y el cuarto en Europa, aunque no tiene el mismo potencial que otros países como productor de videojuegos.

Aun así, es reseñable cómo se está creando en Barcelona un hub de desarrollo de juegos para móviles, el segmento de mayor crecimiento de la industria. Junto a importantes estudios internacionales como King y Ubisoft, se encuentran pequeñas empresas españolas como Omnidrone y otros desarrolladores locales más consolidados como Social Point o Akamon.

El caso Pokémon -y antes otros éxitos como Candy Crush o Angry Birds- pone de manifiesto los cambios de hábitos de los consumidores, que cada vez usan más los smartphones y tabletas como dispositivos de juego en detrimento de las clásicas consolas.

El sector de juegos para móviles mueve ya más dinero que los títulos para PC, según un informe de consultora Newzoo. El año pasado, este segmento facturó en todo el mundo 36.900 millones de dólares, una cifra que podría alcanzar los 52.500 millones de dólares en 2019, año en el que supondrá el 34% del total de esta industria.

En España, el año pasado se registró un importante crecimiento del mercado de videojuegos móviles, cuya facturación se incrementó hasta los 123 millones de euros, frente a los 90 millones de 2014. La explosión de este segmento también está provocando importantes operaciones corporativas de miles de millones de dólares.

En junio, el gigante chino de Internet Tencent pagó 8.600 millones de dólares (7.804 millones de euros) por el 84,3 % de la compañía finlandesa Supercell, en la mayor operación de la historia en la industria de los videojuegos. Fundada en 2010, Supercell ha lanzado sólo cuatro títulos para móviles: Hay Day, Clash of Clans, Boom Beach y Clash Royale, que suman más de 100 millones de usuarios únicos diarios. Los juegos son gratuitos, pero muchos usuarios realizan compras para avanzar rápidamente por los mismos, lo que le reportó a la compañía en 2015 una facturación de 2.100 millones de euros, con un beneficio antes de impuestos de 880 millones de euros.

En noviembre de 2015, el grupo estadounidense de videojuegos Activision Blizzard pagó 5.900 millones de dólares (5.354 millones de euros) por la compañía británica King Digital Entertainment, propietaria del popular juego para móviles Candy Crash.

El movimiento de Activision -es el estudio del popular Call of Duty, que suele pulverizar récords de ventas todos los años- refleja la necesidad que tienen los gigantes del sector de tomar posiciones para no quedarse descolgados en la revolución de los juegos para dispositivos móviles.

Nintendo dio este salto a finales del año pasado. Su primera apuesta -la app social Miitomo- tuvo una fría acogida, pero Pokémon Go ha desatado la locura, hasta el punto de que Nintendo ha llegado a duplicar su capitalización -ahora vale 34.200 millones de euros- en menos de dos semanas. La compañía tiene previsto lanzar nuevos juegos para móviles basados en franquicias de éxito como Super Mario Bros y Zelda.

Sony, que revolucionó la industria del ocio con la PlayStation, también ha anunciado que desarrollará juegos para dispositivos móviles, siguiendo así el mismo camino que su rival Nintendo. Inicialmente, los juegos estarán disponibles para el mercado asiático, uno de los consumidores más ávidos de estos títulos. En Japón, este mercado mueve más dinero que el de videojuegos para consolas.

Los juegos para móviles abren nuevas vías de negocio más allá de los ingresos obtenidos por la venta de estos títulos en las tiendas de apps de Apple y Google, y los derivados de las compras que hacen los jugadores para lograr mejoras dentro del juego.

Por ejemplo, McDonald's ha cerrado un acuerdo para convertir 2.900 establecimientos en Japón en lugares destacados en el mapa virtual de Pokémon Go, con el objetivo de atraer usuarios a sus locales y poder monetizar este fenómeno. De esta forma, el juego se convierte en una plataforma publicitaria que une el mundo virtual y el físico gracias a la geolocalización, algo que podrían imitar en un futuro otros desarrolladores.

Como también son plataformas para los anunciantes los e-sports, torneos de videojuegos que cada vez atraen a más espectadores y, consecuentemente, a las marcas. En 2015, 115 millones de personas vieron torneos bien online o de forma presencial al menos una vez al mes, casi el doble que en 2012, según Newzoo. Se espera que, en 2019, se alcancen los 215 millones de espectadores.

*“Además de Nintendo, se benefician Niantic, que ha desarrollado el juego, y Google y Apple, que venden la aplicación”…* Quién está detrás del éxito de Pokémon GO (Expansión - **25/7/16**)

Tras casi tres semanas de rally alcista, las acciones de Nintendo se desplomaron ayer un 17,7% -la mayor caída desde 1990- después de que la compañía japonesa anunciara que Pokémon Go, el videojuego que ha disparado su cotización en Bolsa, tendrá un impacto muy limitado en sus resultados económicos.

El fabricante de videojuegos alertó el viernes de que los ingresos que le puede reportar el éxito de Pokémon Go serán reducidos, hasta el punto de que la compañía no tiene intención por el momento de revisar al alza sus previsiones de ingresos.

Nintendo no es la desarrolladora del juego, pero tiene un 32% de Pokémon Company, la empresa que posee los derechos de esta saga de criaturas fantásticas. Nintendo es copropietaria de esta firma junto a los desarrolladores Game Freak y Creature.

Asimismo, la compañía nipona posee un porcentaje no desvelado en Niantic, la empresa que ha desarrollado el juego. Esta start up de realidad aumentada con sede en San Francisco (EEUU) se incubó dentro de Google antes de desvincularse del gigante de Internet el pasado octubre. De hecho, Niantic fue creada por John Hanke, el hombre detrás de Google Earth.

Google, accionista

Google mantiene una participación no desvelada en Niantic. En octubre de 2015, el gigante de Internet acudió, junto con Pokémon Company y la propia Nintendo, a una ronda de financiación en la que Niantic recaudó 20 millones de dólares (18 millones de euros). El acuerdo contemplaba otros 10 millones de dólares extra de inversión en función de la evolución del negocio.

De hecho, Google es una de las compañías, junto con Apple, que más se puede beneficiar del éxito de Pokémon Go. Por cada compra que realizan los jugadores dentro del videojuego, las tiendas de aplicaciones de los dos gigantes tecnológicos cobran una comisión de alrededor del 30%, según estiman los analistas. La consultora Sensor Tower calcula que estas compras generan diariamente unos ingresos de 1,6 millones de dólares. La compañía de análisis de aplicaciones App Annie cree que el juego tiene un potencial de ingresos anual de 1.000 millones de dólares.

Reparto de ingresos

El analista de Macquarie Capital Securities, David Gibson, calcula que, de cada cien dólares que se facturan en relación con el juego en la App Store de Apple, 30 van a parar a manos de la propia Apple, otros 30 a Niantic, 30 a Pokémon Company y 10 a Nintendo.

Los analistas de Needham & Co realizan uno de los análisis más optimistas, puesto que estiman que Apple podría ingresar 3.000 millones de dólares en los próximos uno o dos años gracias a estas comisiones.

Además de las ventas dentro del juego, Niantic y Nintendo pueden explotar Pokémon Go como una plataforma publicitaria gracias a la geolocalización. En Japón, ya han firmado un acuerdo con McDonald's para incluir 2.900 establecimientos de la cadena en el mapa virtual de Pokémon Go, lo que podría aumentar las visitas a los locales de la compañía.

Nintendo, que publica sus resultados económicos mañana, prevé que el beneficio operativo de su último año fiscal, cerrado en marzo, aumente un 37%, hasta 45.000 millones de yenes (389 millones de euros).

*““Hoy Apple va a reinventar el teléfono”. Resonó como uno de aquellos rimbombantes eslóganes a los que Steve Jobs tenía acostumbrada a la industria. Lo pronunció un 9 de enero del año 2007. Y era la forma de presentar el iPhone, aquel móvil que unificaba las llamadas, la música e internet en un mismo dispositivo. Nueve años después, este es uno de los productos más rentables de la industria tecnológica con más de 600.000 millones de dólares de ingresos y cerca de 1.000 millones de unidades vendidas”…* Nueve años de la “iPhonemanía”: un negocio de más de 600.000 millones de dólares (El Español - **26/7/16**)

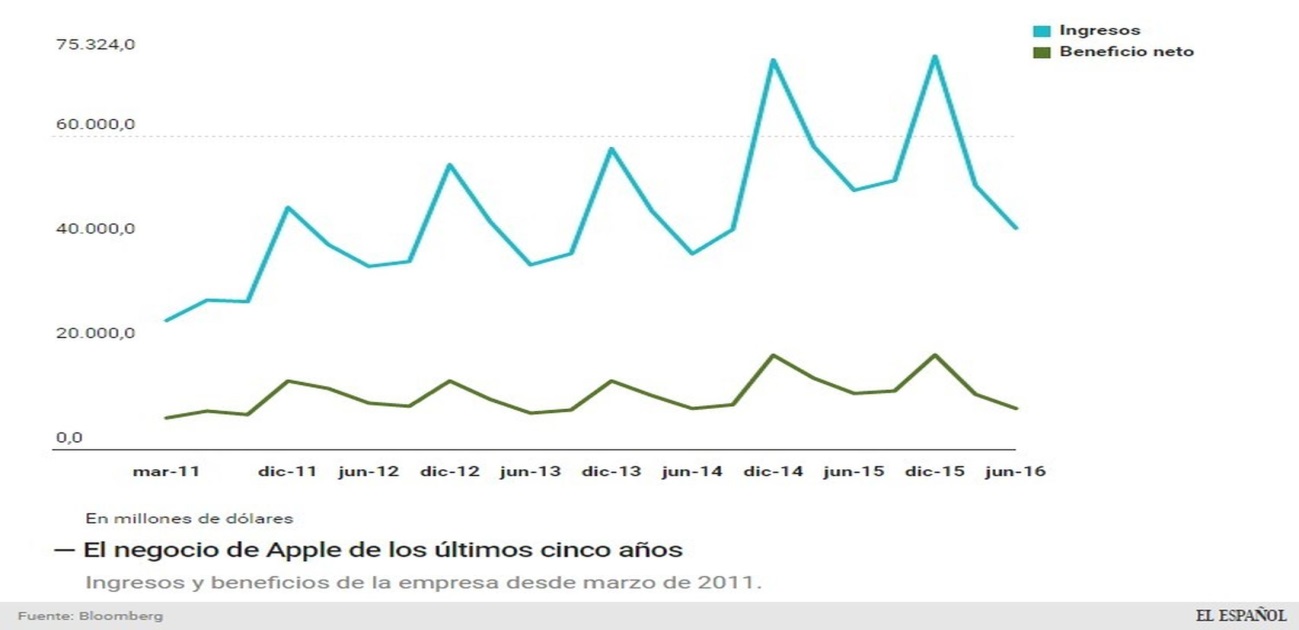
No fue hasta el 29 de junio cuando el iPhone aterrizó en las estanterías de las tiendas de Estados Unidos. Ese primer ejercicio fiscal de ventas apenas sumó 1,3 millones de unidades y permitió ingresar 630 millones de dólares a la empresa. Había ciertas dudas sobre si realmente canibalizaría a un iPod cuya principal función ya la tendría este nuevo móvil. Y la ralentización fue evidente: se lograron vender 51,6 millones de unidades (con un crecimiento muy inferior al del año anterior) y 7.600 millones de dólares de ventas.



En 2008 el avance del iPhone fue espectacular. Multiplicó por 10 el número de unidades y de ingresos hasta superar los 6.742 millones de dólares. Aun así, el “sorpasso” al iPod (y también al ordenador Mac) se produjo en el ejercicio siguiente. Era sólo el comienzo. Desde esas fechas no ha hecho más que crecer. Incluyendo el segundo trimestre de este año 2016, en el que se ha percibido una cierta ralentización, suma más de 650.000 millones de ingresos.

Ralentización en ventas

Pese a que la escalada ha sido incuestionable, en 2013 empezaron a surgir las dudas sobre si realmente el modelo de negocio, con una importante dependencia hacia el iPhone, era sostenible. Si la compañía fundada por Jobs era capaz de seguir innovando con nuevos productos que replicaran el éxito del teléfono inteligente. Y la consecuencia fue un importante castigo en bolsa.



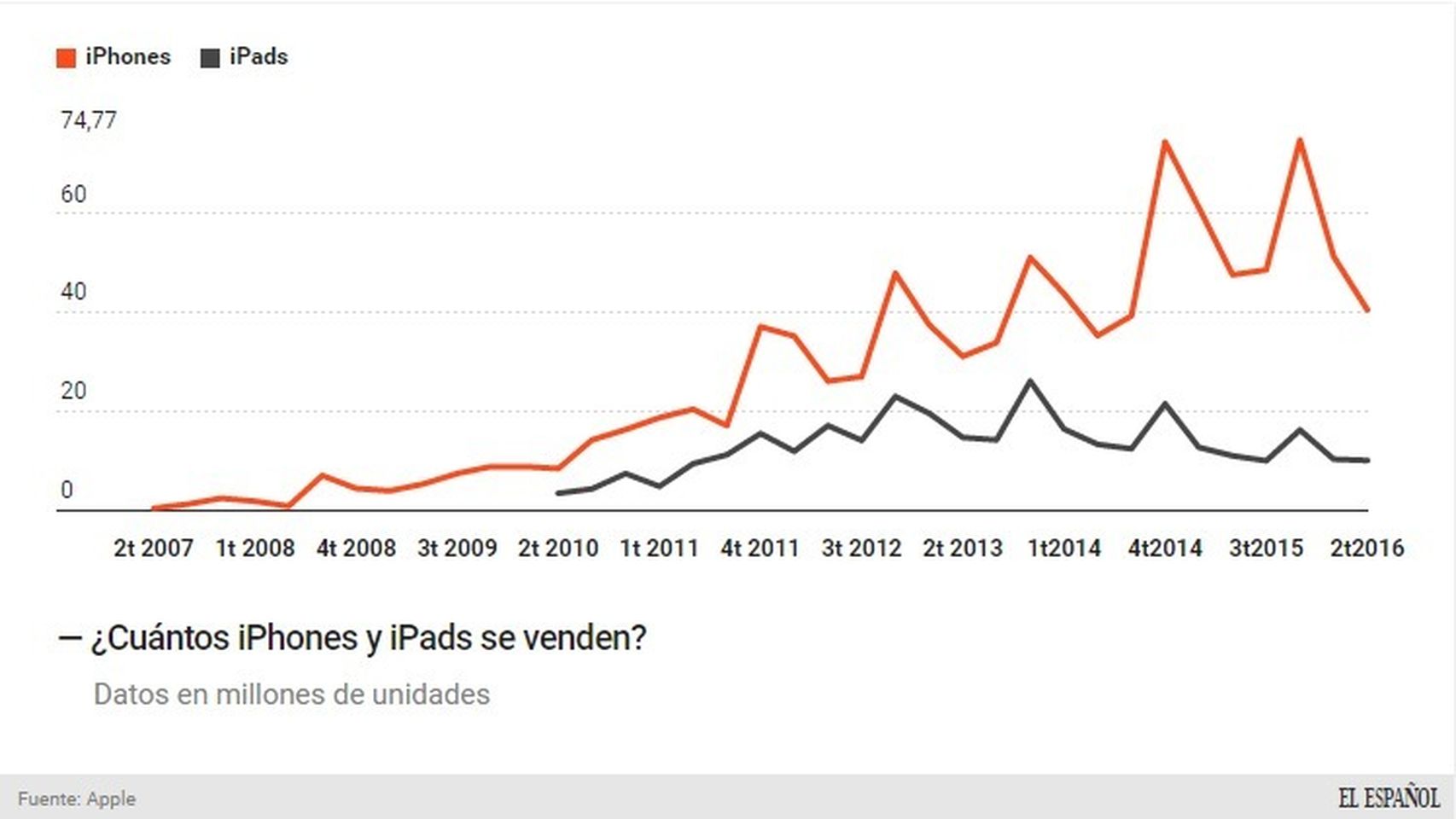
Evolución del negocio de Apple.

Después llegaron los dos móviles por lanzamiento, los modelos de “bajo coste”… Las ventas se sostuvieron al alza, hasta el primer trimestre de este año 2016 (segundo del año fiscal de la empresa). Fue ahí cuando, por primera vez en la historia, se percibió una rebaja en las ventas del iPhone. Se pasó de ingresar 40.200 millones de dólares durante el año anterior a pasar a 32.800. Durante el segundo trimestre esta tendencia a la baja se ha mantenido. El incremento de la competencia y la [dura batalla en China](http://www.elespanol.com/economia/20160110/93490658_0.html), donde está encontrando importantes dificultades para crecer con marcas nacionales como Huawei o Xiaomi en pleno “rally”, son dos factores decisivos.

La reacción en bolsa no se ha hecho esperar. Los inversores han castigado a la acción. En el último año, la compañía ha perdido más de un 20% de su valor. Hoy su valoración bursátil supera los 520.000 millones de dólares.

El último trimestre

En los tres últimos meses -entre marzo y junio- el guión se ha repetido en esa desaceleración del negocio. Pero ha sido inferior a lo que esperaban los analistas del sector. En concreto, lograron vender 40,4 millones de iPhones (se esperaban 39,9 millones), lo que supuso una caída del 15%, y 9,95 millones de iPads (las previsiones señalaban 9,1 millones).



Evolución de ventas de iPhones y iPads.

Y, al menos según [las previsiones que comunicó al mercado](http://www.apple.com/pr/library/2016/07/26Apple-Reports-Third-Quarter-Results.html) la empresa este martes, la caída no va a ser excepción y se mantendrá. Se espera una caída importante en las ventas netas hasta los 45.500-47.500 millones de dólares (el año anterior fueron 51.500).

Previsiones de futuro

Hoy por hoy, Apple es una compañía con una dependencia muy fuerte hacia el iPhone. Es su producto estrella y el artífice de siete de cada diez dólares ingresados por la empresa. En este tiempo, engulló al reproductor de música iPod que cayó en la irrelevancia en la cuenta de resultados. E hizo lo propio con el iPad, lanzado al mercado en 2010 y que tras tocar techo a comienzos del año 2014 no ha hecho más que caer en ventas.

El último intento por aportar ese revulsivo llegó en septiembre de 2014. En aquel momento, la compañía liderada por Tim Cook ponía sobre el tablero una nueva línea de producto: el reloj inteligente. Analistas y expertos esperaban que se convirtiera en ese tractor. La realidad es que no ha sido así. Y de hecho un informe de la firma consultora IDC, presentado la pasada semana, muestra que las ventas han caído un 55% desde que comenzara su comercialización a comienzos del año 2015.

Más allá del negocio, esta “era del iPhone” también ha estado marcado por las críticas en la gestión laboral. En los tres últimos años han arreciado las denuncias por explotación de los trabajadores en las fábricas chinas en las que se producen, propiedad de la compañía Foxconn. La BBC publicó un reportaje a finales de 2014 que ahondaba en esa idea de explotación laboral. Tres años antes, en 2011, hubo una investigación sobre las condiciones de trabajo en una de estas factorías después de que tuvieran lugar varios suicidios.

*“Tras duplicar su valor bursátil durante el último mes, Nintendo comenzó esta semana con una caída del 17% después de que sus ejecutivos advirtieran que el lanzamiento del juego Pokémon Go va a tener “un impacto limitado en sus beneficios consolidados del presente ejercicio””…* Las tres posibles rutas de Pokémon (Expansión - **27/7/16**)

Este mensaje de prudencia de la compañía japonesa de videojuegos ha vuelto a poner en duda la sapiencia de los inversores. Cualquiera que hubiera hecho sus deberes sabría antes del comunicado de Nintendo que esta compañía sólo tiene participaciones minoritarias del 32% en The Pokémon Company (dueño de la marca) y del 7% en Niantic (la compañía segregada de Google que aporta la tecnología de localización en que se basa el último juego y que también se encarga de su distribución).

“Las acciones de Nintendo habían subido por la misma razón que se produjo la manía por los tulipanes en Holanda en el siglo XVII: el delirio popular y la locura de las masas”, afirma Neil Wilson, analista de ETX Capital. “Siempre había sido obvio que los beneficios de Nintendo no iban a respaldar el ascenso de la cotización”.

De hecho, según datos de Markit, algunos hedge funds se posicionaron la semana pasada para un descenso de la cotización de Nintendo, al elevar del 1% al 2,5% el porcentaje del capital de la empresa tomado en préstamo para ser vendido en Bolsa.

La realidad es que, pese a la corrección del lunes, el valor de Nintendo se estabilizó ayer y sigue siendo muy superior al que tenía antes de que se desatara la locura por el Pokémon Go, juego basado en una aplicación de móvil que reta a los usuarios a buscar muñecos en localizaciones reales. En todo el mundo, unos 40 millones de personas se han descargado el juego. Cada título de Nintendo cotiza a 23.590 yenes, frente a los 15.000 de principios de julio, con una capitalización de 4 billones de yenes (casi 35.000 millones de euros).

Los analistas de Nomura ven tres posibles escenarios para el futuro impacto de Pokémon en el negocio de Nintendo. El primero y más optimista es el que parece estar descontando el mercado: Nintendo tomará una mayor participación en Niantic y la colaboración entre las dos compañías convertirá a Pokémon Go en una gran plataforma global, uniendo juegos en el móvil con las redes sociales. “Pokémon Go está atrayendo más usuarios diarios que Twitter y quienes acceden a la aplicación pasan más tiempo en ella que en Facebook”, dice el banco japonés.

La segunda opción es que Nintendo se beneficie del éxito de Pokémon con un impulso a sus otros juegos para consolas y, especialmente, móviles. Yasuo Sakuma, gestor de fondos en Bayview Asset Management, cree que otros caracteres de la empresa como Super Mario y Zelda pueden salir reforzados.

La peor posibilidad para Nintendo, según Nomura, es que “la popularidad de Pokémon Go se difumine en el corto plazo ante la aparición de copias que inunden el mercado, o que este juego canibalice otros productos del grupo”. Esto podría llevar a la venta de la participación en Niantic, advierten los analistas de la entidad. El mensaje de prudencia de la empresa parece advertir de este último escenario. Pero el mercado sigue apostando a que Pokémon no acabará marchitado como los tulipanes de Holanda.

*“Las grandes empresas tecnológicas dieron a conocer durante los últimos días beneficios multimillonarios que superaron las ya optimistas expectativas del mercado en una bonanza que parece no tener fin”...* Empresas tecnológicas: la gallina de los huevos de oro que parece no tener fin (El Economista - **30/7/16**)

Tanto Facebook, como Google, Amazon, Apple y Microsoft rebasaron expectativas tanto en el capítulo de ingresos como en el de beneficios y ayudaron a que los principales índices de la Bolsa neoyorquina alcanzasen el viernes, máximos intradía.

La maquinaria publicitaria fue la encargada de engordar el balance de cuentas de Facebook, que anunció el miércoles unos beneficios semestrales de 3.565 millones de dólares, un 189% más que el año anterior, e ingresos de 11.818 millones, un 55% más.

Facebook sigue sumando usuarios alrededor del mundo y ha logrado ya que 1.710 millones de personas accedan al sitio al menos una vez al mes, un 15% más que hace un año, y que más de 1.100 millones de personas comprueben la red social a diario, un 17% más.

Con esas cifras como telón de fondo, Facebook sigue atrayendo a los publicistas, que gastaron 6.240 millones de dólares en anuncios en la red social en el trimestre que acabó en junio, un 63 % más que en el periodo comparable del año anterior.

La fortuna de Alphabet

Similar fortuna disfruta Alphabet, la matriz de Google, que dio a conocer el jueves beneficios de 9.084 millones de dólares en el primer semestre, un 22 % más que en el mismo periodo del año anterior, impulsada también por la publicidad.

La empresa, con sede en Mountain View (California, EEUU), ha sido capaz de capturar a publicistas y usuarios a medida que estos migran a dispositivos móviles desde los tradicionales ordenadores de escritorio.

El sistema operativo Android desarrollado por Google está instalado ya en más de mil millones de dispositivos, lo que otorga a la empresa y a su navegador (Chrome), en el que aparecen los anuncios, una gran ventaja.

Además, el gigante de Mountain View paga a Apple para que el navegador de Google aparezca por defecto en los teléfonos iPhone.

La compañía ha dicho que más de la mitad de las búsquedas en su navegador proceden ya de dispositivos móviles.

Google se “come” el pastel publicitario

Google controla alrededor del 31 % del mercado publicitario digital mundial, valorado en 187.000 millones de dólares, pero ha perdido parte de terreno ante el creciente empuje de competidores como el propio Facebook.

Sorprendentes también resultaron los resultados del gigante del comercio electrónico Amazon, que anunció el jueves su tercer trimestre consecutivo de beneficios récord, con ganancias de 857 millones de dólares entre abril y junio frente a los 92 millones en el mismo periodo del 2015.

La empresa, que acumuló beneficios de 1.931 millones de dólares entre enero y junio, lleva ya cinco trimestres seguidos con ganancias, algo que no ocurría desde el año 2012.

Apple se apuntó 7.800 millones de dólares en beneficios durante su tercer trimestre fiscal, un 27 % menos que en el periodo equivalente del 2015 pero aun así por encima de las expectativas, lo que ayudó al precio de las acciones.

El gigante tecnológico con sede en Cupertino (California) vendió 40,4 millones de iPhones en el trimestre, por debajo de los 47,5 millones del mismo periodo del 2015 pero por encima de las previsiones del consenso de analistas, que esperaban ventas de 40,02 millones de unidades.

Una de las áreas que destacó en el trimestre recién finalizado fue la de servicios, que incluye el App Store de Apple y los servicios en la nube (iCloud), entre otros, y que generó ingresos de 6.000 millones de dólares, un 18,9 % más que hace un año.

Entre las contadas excepciones en esa racha estelar estuvo Twitter, que dio a conocer el martes el menor repunte de sus ingresos desde su salida a bolsa en el 2013, perspectivas decepcionantes y un débil crecimiento en el número de usuarios.

La compañía con sede en San Francisco obtuvo ingresos de 602 millones de dólares en el segundo trimestre de este año, lo que representa un repunte interanual del 20 %, el octavo trimestre consecutivo en el que el crecimiento de los ingresos se desacelera.

La avalancha de cifras llega después de que Microsoft anunciase la semana pasada los datos de su año fiscal, que concluyó el 30 de junio con un repunte del 37,7 % en sus beneficios interanuales, que alcanzaron los 16.798 millones de dólares.

Con esos datos sobre la mesa, los analistas de Wall Street se apresuraron a revisar al alza sus precios objetivos para las acciones de los titanes tecnológicos.

Facebook, Alphabet, Amazon, Apple y Microsoft añadirían en conjunto unos 346.000 millones de dólares a su cotización bursátil si se negociasen a los precios medios del consenso de analistas.

*“Las acciones de la empresa nipona sufrieron el lunes su mayor caída desde 1990 tras advertir en un comunicado que el impacto del videojuego sobre sus cuentas sería “limitado” al pertenecerle sólo el 9% de sus derechos, lejos del 35% que poseen conjuntamente Apple y Alphabet”...* Desinflada Nintendo, ¿quién se beneficiará más de Pokémon Go? (El Economista - **31/7/16**)

La locura desatada tras el lanzamiento de la aplicación de móvil Pokémon Go se trasladó en un primer momento a las acciones de Nintendo, que se revalorizaron un 111,2 por ciento en las ocho sesiones posteriores al lanzamiento del videojuego.

No en vano, se trataba de la aplicación que menos tiempo tardaba en superar las 10 millones de descargas -7 días- y evidenciaba la capacidad de la compañía para adaptarse a un soporte novedoso para ella como lo es el smartphone.

Sin embargo, una evaluación más fría del impacto que tendrá el videojuego sobre sus cuentas ha rebajado las expectativas y ha provocado que sus títulos hayan retrocedido ya un 59,3 por ciento de lo ganado durante el boom, llegando a sufrir, en la sesión del lunes, su mayor caída en bolsa desde 1990, al desplomarse un 17,7 por ciento.

La causa de este retroceso se encuentra en la advertencia lanzada por la propia compañía, que señalaba que el impacto de Pokémon Go sobre sus resultados sería "limitado", al pertenecerle tan solo una pequeña porción de los ingresos generados por la aplicación.

Los ganadores con Pokémon Go

A pesar de que el mercado personalizó el éxito del videojuego en Nintendo, esta no es, ni mucho menos, la que sacará mayor tajada del éxito de Pokémon Go.

Según señala un informe de JP Morgan, Apple y Alphabet, pese a que no participaron en el desarrollo de la aplicación, aprovecharán las descargas realizadas a través de sus tiendas de aplicaciones y se embolsarán, entre las dos, un 35 por ciento de los ingresos generados por Pokémon Go.

A Niantic, la startup que desarrolló el videojuego, le corresponderá un 35 por ciento, mientras que The Pokemon Company, participada al 32 por ciento por Nintendo, recibirá el 30 por ciento restante.

De este modo, tan solo el 9 por ciento de los 1.145 millones de dólares anuales que JP Morgan prevé que generará el videojuego irá a parar a las arcas de la empresa nipona. Entre las citadas compañías, Alphabet sería la más beneficiada al obtener ingresos de Pokémon Go por partida doble, puesto que, además de beneficiarse de las descargas realizadas a través de los móviles que cuentan con su sistema operativo -Android-, cuenta con una participación del 6 por ciento en la desarrolladora del videojuego, Niantic.

El vínculo entre ambas se remonta hacia 2010, cuando se puso en marcha como una startup interna de Google dedicada al desarrollo de mapas interactivos. No fue hasta el año pasado cuando, capitaneada por el ex ejecutivo de Alphabet John Hanke, se segregó definitivamente de su matriz y se constituyó como empresa independiente.

Sin embargo, a diferencia de la creadora de Super Mario o Zelda, que, pese a las recientes caídas acumula una subida del 49,55 por ciento desde el lanzamiento del videojuego, otras compañías que sacarán mayor provecho de la aplicación como Apple o Alphabet se han anotado alzas notablemente inferiores -del 9 y el 12,9 por ciento, respectivamente-.

Además, en el caso de Apple, la subida se debe más a unos resultados trimestrales que batieron las previsiones y que impulsaron a los títulos de la compañía en un 6,5 por ciento en la sesión posterior a su publicación.

Pero, lejos de limitarse su estímulo a otras empresas del sector tecnológico, el efecto Pokemon Go se hará notar también sobre una cadena de comida rápida como McDonald?s. La compañía estadounidense ha llegado a un acuerdo con Nintendo mediante el cual 3.000 establecimientos de la cadena en Japón se convertirán en gimnasios Pokémon y PokeStops, lo que podría catalizar un aumento de las visitas.

La compañía estadounidense, que se revalorizó un 5,3 por ciento en bolsa en la sesión en la que dio a conocer el acuerdo, espera correr la misma suerte que GameStop. La distribuidora de videojuegos se ha anotado un avance en bolsa del 16,4 por ciento desde el lanzamiento de Pokémon Go, luego de que su consejero delegado, Paul Raines, declarase en una entrevista que los establecimientos de la cadena que figuran como gimnasios en la aplicación habían duplicado sus ventas desde el lanzamiento del videojuego.

¿Gratuito? No del todo

Pese a que cualquier usuario puede descargarse sin coste la aplicación Pokémon Go, su modelo freemium permite generar ingresos a partir de la compra de determinados productos especiales. Un ejemplo de ello son las bolas para atrapar Pokémon o el uso de incienso para atraerlos hacia nuestra posición.

La estrategia seguida parece estar teniendo éxito entre los usuarios, ya que, según la analista de Needham & Company, Laura Martin, el 20 por ciento de los jugadores ya paga por estos contenidos adicionales una cantidad que ronda los 0,80 dólares diarios.

En este sentido, el mejor ejemplo sobre cómo sacar provecho a una aplicación de descarga gratuita se encuentra en Candy Crush Saga. Laura Martin señala que "generó unos ingresos de 1.000 millones de dólares entre los años 2013 y 2014" a través de las compras de vidas adicionales para continuar jugando sin necesidad de esperar a que se repongan automáticamente. Tal fuente de ingresos supuso un chorro de 0,20 dólares diarios por usuario activo, tal y como explica un informe de Citigroup, cifra inferior a los 0,25 dólares diarios que abona, de media, cada jugador de Pokémon Go.

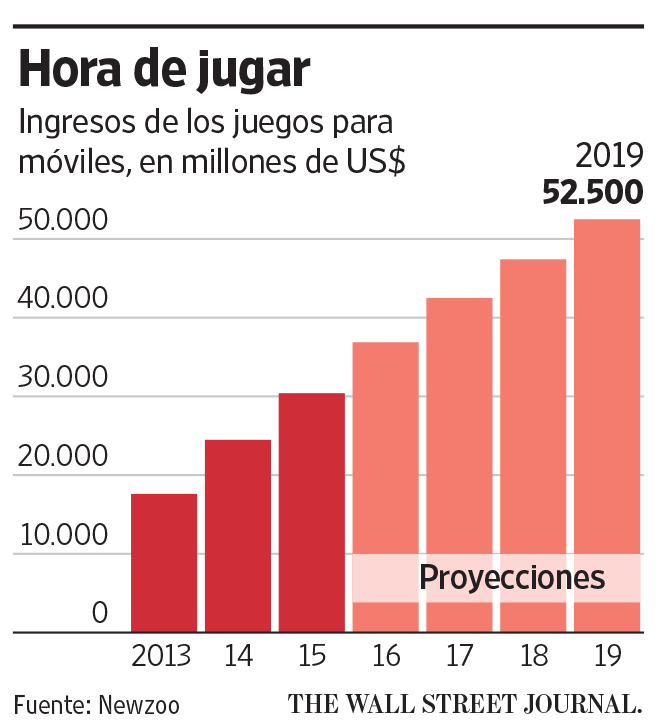
Estas compras de contenido exclusivo se han materializado en unos ingresos de 35 millones de dólares en las dos semanas posteriores a su lanzamiento, aunque podría elevarse en los próximos meses con el lanzamiento del accesorio Pokémon Go Plus. Se trata de una pulsera que revelará al jugador la posición de los Pokémon sin necesidad de utilizar el móvil y cuyos derechos pertenecen, en su totalidad, a Nintendo. Su salida, que estaba prevista para julio, finalmente se llevará a cabo en septiembre a un precio de 35 euros la unidad.

*“Basados en decenas de categorías de datos -la frecuencia de juego, el modelo del dispositivo móvil que usan, su ubicación y sexo-, los desarrolladores pueden aumentar la dificultad para presionar a los jugadores a comprar bienes virtuales que los ayudarán a superar niveles”...* El truco de los juegos móviles para extraer millones de sus usuarios (The Wall Street Journal - **2/8/16**)

Detrás de un par de acuerdos recientes de miles de millones de dólares en la industria de videojuegos para móviles hay un arma hábilmente diseñada: los bienes virtuales que se venden dentro de las aplicaciones por tan poco como 99 centavos cada uno.

Las compras dentro de las aplicaciones permiten a los jugadores gastar dinero real para bloquear publicidad, adquirir destrezas o acelerar el desarrollo de personajes, entre otros beneficios.

Otrora considerado algo fastidioso y sin refinar, la promoción dentro de las aplicaciones ha sido pulida a tal punto que es capaz de exprimir miles de millones de dólares al año de personas que deciden probar juegos móviles gratuitos. Se prevé que los ingresos de juegos móviles, en su mayor parte de compras dentro de aplicaciones, aumenten 21% este año a US$ 36.870 millones, según la firma de investigación Newzoo BV. Para 2019, se espera que alcance US$ 52.500 millones.



Empresas tradicionales de videojuegos como Pokémon Co. y [Nintendo](http://quotes.wsj.com/NTDOY) Co. se han percatado. *Pokémon Go*, el juego que desarrollaron con la firma de realidad aumentada Niantic Inc., alcanzó la cima de las aplicaciones más descargadas apenas un día después de su lanzamiento el 6 de julio. El juego ha generado cerca de US$ 120,3 millones por transacciones dentro de la aplicación, según estima la firma de investigación SuperData Research Inc.

Las compras dentro de aplicaciones están “cambiando drásticamente el entorno del entretenimiento móvil”, señala Andrew Phelps, director de medios digitales del Instituto de Tecnología de Rochester. “Enganchan a la gente en una relación financiera más larga que la que uno tendría en una venta por adelantado”.

Un puñado de empresas ha perfeccionado el arte, entre ellas la finlandesa Supercell Oy, que el año pasado obtuvo US$ 2.000 millones en ingresos de su juego de estrategia de guerra Clash of Clans y otros dos videojuegos móviles. [Tencent Holdings](http://quotes.wsj.com/TCEHY) Ltd.apuesta a que los ingresos seguirán en alza conforme busca socios para comprar 84% de Supercell por US$ 8.600 millones, en la que sería la mayor adquisición de una empresa de juegos móviles.

El ingrediente secreto de muchas compras dentro de aplicaciones es el reloj de cuenta regresiva, un obstáculo frustrante que obliga a los jugadores a esperar para realizar actividades como cosechar cultivos o reabastecerse de combustible, a menos que paguen por más turnos o artículos para acelerar la acción.

Los jugadores de *Clash of Clans*, por ejemplo, generan lentamente el elíxir y el oro necesarios para entrenar tropas, o pueden gastar dinero real para reabastecerse rápido. Pueden esperar un tiempo para no gastar dinero, pero la cuenta regresiva a menudo se extiende a medida que se avanza en el juego.

*Candy Crush*, el exitoso juego de King Digital Entertainment PLC, hace que los jugadores tengan que esperar cuando se quedan sin vidas para intentar superar un nivel, o también pueden pagar para volver a jugar más rápido. Este año, [Activision Blizzard](http://quotes.wsj.com/ATVI) Inc. pagó US$ 5.900 millones por King y más tarde indicó que la empresa de videojuegos móviles aportó cerca de 23% a sus ingresos ajustados del primer trimestre.

En lugar de acosar a la gente para que gaste pequeñas sumas en múltiples ocasiones, los desarrolladores de juegos venden monedas virtuales, como gemas para ser usadas en los juegos, en grandes cantidades. La idea es que los jugadores sientan menos remordimiento al gastar monedas virtuales que dinero de verdad.

Lograr que los jugadores gasten dinero sin fastidiarlos es clave. Muchos han considerado estos juegos como “gratis para jugar, pague para ganar”. Los desarrolladores, sin embargo, se han vuelto expertos en darles a los usuarios más artículos gratuitos para mantenerlos enganchados hasta que empiecen a gastar dinero.

En *Pokémon Go*, los jugadores pueden pasar semanas capturando decenas de “monstruos de bolsillo” sin tener que gastar. Después de invertir tanto tiempo, por ejemplo, los jugadores podrían ser más propensos a desembolsar dinero para mejorar su equipo y cargar más artículos o criaturas.

En *Star Wars: Galaxy of Heroes*, de [Electronic Arts](http://quotes.wsj.com/EA) Inc., los jugadores desbloquean los personajes al avanzar en el juego de combate o al usar cristales que se venden por entre US$ 1,99 y US$ 99,99. El juego también regala cristales para que la gente siga volviendo. EA informó en mayo que generó US$ 173 millones en ingresos de videojuegos móviles en su cuarto trimestre fiscal, un alza interanual de 15%.

Los algoritmos desempeñan un papel cada vez más importante a la hora de persuadir a los jugadores. Basados en decenas de categorías de datos -la frecuencia de juego, el modelo del dispositivo móvil que usan, su ubicación y sexo-, los desarrolladores pueden aumentar la dificultad para algunos jugadores, lo que hace que sus experiencias sean únicas.

Datos sobre el comportamiento de los jugadores también se utilizan para modificar estratégicamente los precios de bienes virtuales en tiempo real.

“Se puede hacer que la gente gaste más dinero si se entiende su comportamiento”, dice Niklas Herriger, fundador y presidente ejecutivo de Gondola, una firma de analítica de Nueva York que desarrolla algoritmos para los desarrolladores de juegos. “Se puede rastrear sus dedos en cada paso del proceso”.

Otras tácticas incluyen recurrir al “miedo de quedarse al margen” de eventos de tiempo limitado y cultivar relaciones entre los jugadores. Por ejemplo, Machine Zone Inc., de Palo Alto, California, usa software de traducción de idiomas para que los jugadores de todo el mundo puedan conversar en sus dos exitosos juegos: *Game of War: Fire Age y Mobile Strike.*

Joe Akaki, de Rockville, Maryland, ha forjado amistades con personas de Brasil, Francia y Kosovo a través de *Game of War*. Akaki, de 32 años, solía comprar paquetes de oro virtual por US$ 4,99 cada vez, pero ahora compra paquetes de US$ 99,99 unas tres veces por semana. “Las relaciones personales son probablemente la principal razón por la que sigo volviendo”, dice.

*“Niantic, la empresa que explota Pokémon Go, sabe más sobre sus jugadores que lo que ellos podrán sospechar. Una información recopilada de sus usuarios, que la empresa califica como “un activo comercial” en su documento de Política de privacidad del videojuego, “que casi ningún usuario suele leer, ni en este ni en otros servicios telemáticos, incluidos Google o Facebook”, explica Fernando Díaz Martínez, abogado de Elzaburu”...* Pokémon Go: todo lo que el juego de moda sabe sobre ti (El Economista - **4/8/16**)



Mientras existen suspicacias sobre los datos íntimos que se demandan en otras actividades, en este caso parece prevalecer el disfrute sobre la defensa de la privacidad.

Datos personales de filiación, nacionalidad, idioma, dirección, teléfonos, cuentas de correo electrónico, sexo, edad, profesión y otros muchos recopilados por Google, Facebook y el Club de Entrenadores Pokémon (CEP) pasan a los servidores de Niantic al darnos de alta en el juego.

Almacenaje temporal

Si un jugador desactiva su cuenta de Pokémon Go, Niantic, sus clientes, afiliados y proveedores de servicios pueden conservar la información -incluida la del perfil y el contenido de usuario- durante un periodo de tiempo “razonable a nivel comercial” para fines de copia de seguridad, archivo y auditoría, informa Niantic.

A esta información de inscripción -PII por sus siglas en inglés- se unen los datos de localización de la terminal para poder cazar Pokémon.

El juego precisa saber dónde se encuentra y, así, se comparte con otros jugadores el nombre de usuario y la ubicación, a través de la app.

Esta información también se usa para “mejorar y personalizar el juego”, según explica la firma, que procede a su almacenamiento.

Mientras se juega, los servidores recopilan el nombre de usuario y los mensajes enviados a otros jugadores. Y como en otros servicios se usan cookies permanentes y balizas web, que se quedan en el ordenador del jugador e identifican cómo usa los servicios en el tiempo.

Además, algunos proveedores de servicios terceros contratados por Niantic, incluidos los anunciantes, pueden colocar sus propias cookies.

Los datos de registro incluyen información como la dirección de Protocolo de Internet (IP), agente de usuario, tipo de navegador, sistema operativo, página web que ha visitado antes de acceder al juego, páginas o funciones de Niantic a los que se ha desplazado el usuario y el tiempo dedicado a éstas, términos de búsqueda, enlaces en los que el usuario ha hecho clic y otros muchos datos estadísticos.

La empresa avisa en el documento de Política de privacidad, que éste debe ser aceptado por el jugador y sus datos pueden ser divulgados si estima “a su único criterio”, que es necesario para responder a reclamaciones y procesos legales -incluidas citaciones judiciales-.

También puede revelar estos datos para proteger sus propiedades, derechos y seguridad y las propiedades, derechos y seguridad de un tercero o el público en general, así como para identificar y detener cualquier actividad que consideren que sea ilegal, no ética o punible.

Por ello, explica en su política de privacidad que si es absorbida por un tercero como parte de una transacción comercial -como una fusión, adquisición o venta de activos- o si sus activos son adquiridos por un tercero en caso de disolución o quiebra, los datos podrán ser divulgados o transferidos, previa notificación a los interesados, que tendrán 30 días para oponerse.

Otros terceros que pueden acceder son los proveedores de servicios que trabajan con Niantic para administrar y proporcionar servicios, aunque están obligados a proteger la PII de los jugadores y a no divulgar ni usarla para otros fines.

Los datos cruzan el Atlántico

Las PII pueden transferirse a -y mantenerse en- ordenadores situados fuera de su Estado u otra jurisdicción gubernamental cuando las leyes sobre privacidad no sean tan restrictivas como de su jurisdicción.

La empresa se arroga el poder de enviar los datos de la PII a Estados Unidos y los procesa en aquel país.

No obstante, cuando transfiere la PII fuera de la jurisdicción donde el jugador se encuentra, Niantic garantiza el cumplimiento de las disposiciones sobre seguridad de la información norteamericana.

De esta forma, Pokémon Go, aparte de un fenómeno global en este verano, se puede convertir en el banco de pruebas del nuevo acuerdo transatlántico de privacidad -Private Shield- recientemente ratificado por la Unión Europea y Estados Unidos, tras la anulación del anterior acuerdo -Safe Harbour-, anulado por el Tribunal de Justicia de la UE por la accesibilidad indiscriminada que sobre los datos tenían los servicios secretos norteamericanos, los que vulneraba la normativa de protección de datos de la UE.

Todo un reto, en el caso español, para la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), máxime, cuando el nuevo Reglamento comunitario no entra en vigor con grande novedades hasta 2018.

Finalmente, Niantic avisa a quienes se dan de alta en el juego de Pokémon Go también comparten información agregada y no identificativa con terceros para fines de investigación y análisis, creación de perfiles demográficos y otros fines similares. Esta información no incluye, la información PII.

*“Pokémon Go ya es una máquina de hacer dinero. Niantic, la empresa creadora de la aplicación de realidad virtual, ha conseguido superar los 100 millones de descargas en todo el mundo en menos de un mes. El juego se lanzó el pasado 7 de julio. Es, sin duda, el fenómeno del año entre los juegos móviles, que se ha convertido en una mina para la empresa creadora del juego. Según las estimaciones de la firma especializada Appannie, la aplicación se mueve en ritmos superiores a los 10 millones de dólares de ingresos diarios a través de las plataformas de IOS y Android. Esto le situaría como un negocio anual superior a los 3.000 millones al nivel actual”...* Cómo gana dinero Pokémon Go, una mina de 10 millones al día para sus creadores (El Español - **4/8/16**)

La compra de ayudas al jugador para acelerar la captura de pokémon dispara el negocio de la app de Niantic.

Pokémon Go ya es una máquina de hacer dinero. Niantic, la empresa creadora de la aplicación de realidad virtual, ha conseguido superar los 100 millones de descargas en todo el mundo en menos de un mes. El juego se lanzó el pasado 7 de julio. Es, sin duda, el fenómeno del año entre los juegos móviles, que se ha convertido en una mina para la empresa creadora del juego. Según las estimaciones de la firma especializada Appannie, la aplicación se mueve en ritmos superiores a los 10 millones de dólares de ingresos diarios a través de las plataformas de IOS y Android. Esto le situaría como un negocio anual superior a los 3.000 millones al nivel actual.

Este éxito ha generado nuevas oportunidades de negocio en todo el ecosistema de las aplicaciones móviles. El éxito de Pokémon Go se basa también en que, según los datos de Appannie, no ha tenido un impacto significativo sobre los ingresos diarios de otros juegos móviles en iOS y Google Play como Mobile Strike, Clash of Clans o Candy Crush Saga, entre otros.

Los ingresos de Pokémon Go, que tiene un modelo freemium -app gratuita, pero con compras integradas- provienen en su mayoría de la compra de bienes virtuales: 100 Pokécoins, por ejemplo, cuestan 0,99 euros, y de ahí hacia arriba hasta llegar a las 14.500 Pokécoins por 100 euros. El juego empieza con una cantidad decente de Pokéballs y algo de Incienso para atraer Pokémon. De ahí se va subiendo a media que avanza el juego y los distintos niveles, cada vez más dificultosos sin ayudas extras.

La fiebre por un juego global

La principal innovación de Pokémon Go se basa en el concepto de realidad aumentada. La inclusión de objetos virtuales visualizados y geolocalizados en el mundo real ha supuesto un antes y un después en este tipo de tecnología, permitiendo generar nuevos modelos de negocio, como el de los lugares patrocinados. Un ejemplo es el plan presentado con McDonald’s que convertirá un total de 3.000 restaurantes en “gimnasios” y “poképaradas”.

Otra de las claves del informe señala que, al tratarse de una aplicación en la que es necesario desplazarse en la calle, los consumidores parecen haber incorporado el juego en sus rutinas diarias y desplazamientos. Pese a lo que pudiera parecer, “el tiempo medio de permanencia por usuario en la aplicación de Pokémon superó al de Facebook durante la semana después de su lanzamiento en los EEUU”, según Appannie. Esto implicaría que Pokémon Go está adquiriendo con éxito una parte considerable del tiempo destinado al consumo del dispositivo.

Nintendo, al margen

El lanzamiento de Pokémon GO fue un momento decisivo para la realidad aumentada y su éxito no ha llegado a expensas de otros juegos o aplicaciones móviles. En cambio, ha abierto nuevas oportunidades de compromiso y de ingresos para todo el ecosistema de las aplicaciones mediante la creación de un modelo de ampliación a través de minoristas de la realidad aumentada.

El fenómeno de Pokémon Go ha dejado al margen a Nintendo, creadora del tradicional juego. La poca presencia de la compañía en Niantic ha provocado múltiples dificultades a la hora de monetizar el impacto que el juego ha tenido en el mundo. Ello hizo que su burbuja bursátil estallara tras haber incrementado su valor en un 110% tras la presentación de la aplicación. Los esfuerzos de la compañía nipona se han centrado en el lanzamiento de la pulsera Pokémon Go Plus, que será presentada en septiembre y con la que se espera tomar el pulso a una ola a la que Nintendo parece ir contracorriente.

La realidad es que se trata de un sector excesivamente volátil, en cuanto a que lo que hoy es un éxito, mañana puede no serlo. La gran incógnita es saber si este impulso es mantenido en el tiempo o se trata simplemente de una moda tecnológica más, como ocurrió con otras aplicaciones como Angry Birds, la creación de la finlandesa Rovio, que también experimentó un fenómeno similar al de Pokémon Go que rápidamente se vino abajo debido a la imposibilidad de hacer sostenible económicamente el negocio.

**- iPhone + Pokémon Go = la estupidez perfecta (para yonkis compulsivos del vacío existencial)**

**De “la vida es sueño” (libertad y autonomía), de Calderón de la Barca, a la “vida es juego” (evasión y dependencia), de Apple, Nintendo, y demás “intoxicadores”**



[](http://estaticos.expansion.com/assets/multimedia/imagenes/2016/07/27/14696386723380.jpg)



- Por qué nos enganchamos tanto a los videojuegos y otras basurillas en red (El Confidencial - **28/7/16**)

(Por Juan Soto Ivars)

Yo no he jugado a Pokémon Go y no pienso hacerlo. Me engancho como un yonki a cualquier estímulo compulsivo, y esto de Pokémon debe ser una cosa suficientemente vacía, estimulante y adictiva como para pasarse horas persiguiendo bichillos con la mente descansando en la nada absoluta. Algo tan bien diseñado, tan adictivo como el Candy Crush, a cuyos soniditos de tragaperras anduve viciado hasta el punto de fantasear con pincharme heroína para quitarme ese vicio y no acabar como Celia Villalobos.

He leído muchas críticas a Pokémon Go y eso me hace pensar que debe ser todavía mejor de lo que parece. Si hay críticas, es porque muchos miles de personas se entregan a ello y otros tantos miles lo ven con malos ojos.

(…)

Algunos profetas ponen el grito en el cielo ante ciertas actitudes de los pokémitas. Un hombre de treinta y cinco años, lo que en mi pueblo es “un tío con los huevos negros”, se para ante la placa de la Zona Cero de Nueva York, saca el móvil del bolsillo y encuentra apoyado en el memorial un muñequete. Rápidamente lo captura, presume de ello en las redes sociales y se convierte en el imbécil del momento. Otra caza a su presa en Auschwitz, y no me cabe duda de que pronto veremos a gente que caza sus pokémons en el velatorio de sus abuelos.

Y a mí que ya no me parece raro. ¿Acaso no son los turistas, en general, capturadores compulsivos? Durante la semana pasada he visto en Islandia a miles de personas que se plantaban delante del géiser o la fumarola y no lo miraban en ningún momento directamente, sino que interponían el móvil para grabarlo todo. En los años 80 y 90 nos partíamos de risa de ver a los japoneses, a los que Ibáñez caricaturizaba en los “mortadelos” con la cámara siempre delante de la cara, sin sospechar que el cambio de milenio nos amarillearía a todos la piel con los filtros de Instagram.

Pensaba yo en Islandia, y en el museo del Prado, y en las terrazas con caña: para verlo todo a través de la jodida pantallita, podrían quedarse en su casa y descargarse el vídeo, ¿qué diferencia hay? Pero no, no es lo mismo que te sirvan el rinoceronte en un plato que salir a cazarlo tú. Esa gente que va por el mundo con la cámara delante del ojo obedece a la misma compulsión obsesiva de la caza.

Creo que somos todos, desde el coleccionista de postales al pirado que entra pegando tiros en un centro comercial, el final de una estirpe de cazadores que hoy anda por el mundo confundida, frustrada y atrofiada. Pero el instinto, como ven ustedes, siempre sale por alguna parte.

- Cinco razones para no jugar a “Pokémon Go” (Libertad Digital - **19/7/16**)

Es todo un fenómeno mediático, pero quizá no sea oro todo lo que reluce.

(Por Daniel Rodríguez Herrera)

Nintendo arrasó el mercado de las videoconsolas con la Wii gracias a que conquistaron al público que juega a cosas poco complicadas y que no lleven mucho tiempo, ni de aprendizaje ni de juego. Pero ese público se ha pasado masivamente a los teléfonos móviles, lo que podría explicar muchos de los fracasos posteriores de la compañía. De ahí que se recibiera con ciertas esperanzas su anuncio de que finalmente lanzarían títulos para smartphones, esperanzas que parecen haberse confirmado con el lanzamiento de Pokémon Go, un éxito arrollador que se ha convertido en un fenómeno mundial.

El videojuego tiene tres pilares básicos. El primero, que es el que ha captado toda la atención mediática, es la caza de Pokémon salvajes mientras paseamos por la calle. Si tenemos el juego funcionando, el móvil vibrará cuando haya uno cerca y deberemos pulsar sobre él en el mapa para cazarlo lanzándole pokébolas. El segundo elemento son las poképaradas, generalmente lugares más o menos significativos, como monumentos, edificios significativos o parques, donde pueden conseguirse objetos. El tercero, los gimnasios, donde podremos entrenar a nuestros pokémon o participar en combates.

Habrá muchísima gente a la que todo esto le parezca una tontería de entrada. Pero si no es nuestro caso, también hay algunas razones que pueden echarnos para atrás:

1. La aplicación falla como una escopeta de feria

Ya sea porque los servidores están colapsados o porque la propia app esté mal hecha, lo cierto es que con demasiada frecuencia se queda colgada cuando se captura un pokémon, o no permite usar una poképarada emplazándonos a esperar o no captura adecuadamente la distancia que recorremos, reduciendo la posibilidad de conseguir nuevos pokémon mediante la incubación de huevos. Es probable que estos errores acaben siendo subsanados con el tiempo, pero por ahora pueden hacer muy incómodo el juego para muchos usuarios.

2. Gasta batería y datos como si no costara

Para que el juego funcione como debe tenemos que movernos con el móvil encendido y con Pokémon Go funcionando. El problema es que esto obliga a ir siempre con el GPS conectado. Como sabrán quienes hayan intentado hacer un viaje en coche con el navegador del móvil y sin enchufarlo, el gasto de batería es enorme. Además, necesita estar conectado continuamente a internet, y no parece que utilice ningún tipo de caché que recuerde emplazamientos de poképaradas y la fotografía y nombre de las mismas para no tener que descargarlas continuamente.

Para reducir estos consumos han ido circulando ya diversos trucos. El primero y más obvio es conectar en el propio juego el ahorro de batería, que al menos nos permitirá gastar menos batería en tener la pantalla encendida. Otro es descargarse en Google Maps nuestra localidad para que el juego tire de esa copia guardada en el móvil en lugar de conectarse continuamente a Google. También se puede desconectar la realidad aumentada cuando vamos a cazar un pokémon, aunque eso le quite mucho encanto. Pero el gasto de batería esencial, el GPS, es obligado.

3. Puede ser peligroso

Sí, ya sabemos que nunca somos nosotros los que hacemos tonterías como prestar más atención a un juego del móvil que a los coches cuando cruzamos la calle. Pero el caso es que hay quien lo hace, y si no nos ha pasado igual ha sido cuestión de suerte más que de estar atento. Varios usuarios ya han resultado heridos por prestar más atención a su teléfono que a lo que sucede a su alrededor, por más que la propia app nos advierta de ello al arrancar.

También ha sido aprovechado por algunos atracadores ingeniosos que buscaban a sus víctimas en los gimnasios del juego, seguros de que iban a encontrar víctimas distraídas en esos lugares.

4. Quizá te acabe aburriendo

La mayor parte de los juegos de éxito en los teléfonos móviles emplean diversos trucos, muchos heredados del Tamagotchi, para asegurarse de que los usuarios vuelvan todos los días, aunque sea poco. Pueden ser refuerzos positivos, como los bonus diarios, o negativos, como que vayas perdiendo recursos, puntos o vidas si no atiendes al juego. Al menos por el momento, Pokémon Go no tiene ni unos ni otros. Sí, el famoso lema “hazte con todos” es un reclamo para jugar que ha demostrado a lo largo de dos décadas su capacidad de convencer a millones de personas, pero el público algo más amplio al que está dirigido este nuevo juego quizá se olvide de jugar más o menos pronto.

5. El clima

Está muy bien eso de jugar al aire libre. Es más sano y eso. Hasta puede que algunos vean por primera vez monumentos y edificios de su ciudad dignos de una visita turística porque ahora son también poképaradas. Quizá dé algo de vergüenza que el resto del mundo nos vea perder el tiempo con los bichitos estos, pero si nos gusta, al final es como comprar condones: se sufre un poco las primeras veces y ya está.

Pero parece difícil que nos dediquemos a buscar pokémon con guantes o mientras llueva o nieve. Ahora estamos en verano y no parece un factor a tener en cuenta, pese a que pasear bajo este sol de justicia y los 40 grados a la sombra que se anuncian para esta semana también exige un enorme interés.

*“Atropellos, allanamientos, sustos al volante, caídas... Son solo algunas de las primeras consecuencias de Pokémon Go, el popular juego de Nintendo, que ha revolucionado el sector de los videojuegos con la realidad aumentada, disparando los beneficios de la firma y atrayendo a millones de usuarios. Tal es la fiebre de esta aplicación, que ha tenido que ser prohibida en países que no comulgan con el objetivo del juego, como Arabia Saudí la semana pasada, o China, según informó ayer El País. Incluso en lugares como el campo de exterminio nazi de Auschwitz (Polonia), a petición del propio memorial; y según se prevé, en la central nuclear nipona contaminada de Fukushima, a la que ya acuden jugadores en busca de las populares criaturas…* Pokémon Go, realidad e inseguridad aumentada (Cinco Días - **29/7/16**)

Pero el veto también ha llegado a otros ámbitos. Muchas empresas, que se han convertido sin quererlo en escenario del juego, han tenido que tomar cartas en el asunto por motivos de seguridad. La última ha sido Airbus Group, que mediante una nota interna lanzada recientemente recordó a sus empleados que el juego quedaba prohibido en las instalaciones por hacer peligrar la integridad de los profesionales. “Pone en riesgo áreas con expresas restricciones al acceso, además de la seguridad vial y personal”.



Pokémon Go, realidad e inseguridad aumentada

La realidad aumentada, sin embargo, se lleva utilizando en muchas organizaciones desde hace ya varios años. Y, salvo contadas ocasiones, no ha provocado ninguno de estos incidentes. La razón, explica el director general de Altiria, compañía que desarrolla aplicaciones de realidad aumentada para las empresas, Juan Jesús Yubero, es que, por primera vez, se ha pensado para que sea utilizada por una enorme cantidad de gente, y con fines lúdicos. “BBVA, por ejemplo, sacó una aplicación para buscar cajeros por la calle. Algo similar hizo Páginas Amarillas, ofreciendo información sobre comercios a través de la geolocalización”.

Con esta idea coincide el consejero delegado de Zerintia, empresa de desarrollo de soluciones tecnológicas, Pedro Diezma: “Nosotros, por ejemplo, hemos lanzado aplicaciones de realidad aumentada utilizadas en el sector médico para que el intercambio de información sea más rápido y certero”. El problema, señalan los expertos, aparece cuando la herramienta llega a todo el mundo de forma masiva. “Ahí ya no hay posibilidad de controlarlo”, recalca Yubero.

Y así ha ocurrido. Antes de Airbus, fueron otras las compañías que se anticiparon y vetaron a Pokémon Go en horario de trabajo. No por seguridad, sino por ahorro de costes, el bufete de abogados Uría Menéndez, bloqueó la aplicación en los móviles de empresa, ya que días después del lanzamiento del juego, el consumo de datos de internet se disparó. Otras, como Banco Sabadell, han alertado también de forma interna sobre los riesgos. Las sucursales no son lugar para este juego, ya que “puede ser utilizado como excusa para realizar hurtos al descuido, marcar a clientes para ser atracados al salir de la oficina o incluso observar las medidas de seguridad y perpetrar un robo mediante butrón”, explicaba la nota.

Para Pedro Diezma, sin embargo, el problema no es la realidad aumentada. “La rápida adopción de esta tecnología demuestra que la sociedad está preparada para ella”. El problema, apunta, aparece cuando los usuarios se olvidan de que por encima de cualquier aplicación innovadora hay normas y prevenciones que no pueden dejarse de lado. Hasta ahora, los videojuegos se caracterizaban por simular una historia fuera de la vida real. “Pero ahora, el reto es saber gestionar un entretenimiento que combina elementos virtuales y elementos reales, ya que la frontera entre lo real y lo ficticio, se ha borrado”, apunta. Algo que se ha visto acrecentado, todo sea dicho, por la novedad. En opinión de Yubero, “la fiebre Pokémon se frenará”

El siguiente, y difícil, reto del sector videojuegos

Para el consejero delegado de Zerintia, Pedro Diezma, la realidad aumentada debe ser intuitiva y fácil de manejar, además de estar bien integrada en el entorno. Ese ha sido, en su opinión, una de las claves del éxito de Pokémon Go.

Sin embargo, el sector de los videojuegos, que parece haber apostado por este tipo de herramientas, tiene por delante un reto mucho más complicado de gestionar: la realidad virtual. “Al fin y al cabo, la realidad aumentada combina el mundo real con lo virtual. Pero la realidad virtual es totalmente diferente, porque adentra en un espacio totalmente fantástico al usuario”.

Si con la adopción de estos avances tecnológicos ha habido una larga suma de incidentes y accidentes, lo que llegue con las nuevas herramientas puede ser mucho mayor. Precisamente por eso, la quimera del sector es desarrollar una tecnología que no ponga en riesgo al usuario, “ya que en unos años, estos avances van a llevar al consumidor directamente a otro mundo”, recalca Zerintia. Por eso, la seguridad tendrá que ser un pilar fundamental de estas aplicaciones.

De nuevo a la casilla de salida: sin “huellas”, ni batería (“no asamos y ya pringamos”)



La primera gran actualización de Pokémon Go resultó una decepción para muchos

- En qué consiste la actualización de Pokémon Go y por qué tiene furiosos a muchos fanáticos (BBCMundo - **1/8/16**)

(Por Yolanda Valery)

Cuando los millones de jugadores de Pokémon Go se estaban acostumbrando, vino el cambio a ponerles, en algunos casos, la “app” de cabeza.

La primera de las actualizaciones mayores del juego de realidad aumentada que se ha convertido en todo un fenómeno social ha sido recibida en gran medida negativamente: confusión y furia son dos sentimientos que se ven asociados en entradas de blogs especializados y simples tuits de usuarios.

“Ha corregido muchos errores menores, pero por otro lado **ha enfurecido a mucha gente**”, le confirma a BBC Mundo Mikel Cid, especialista en videojuegos para móviles y editor del blog de tecnología en español Xataka.

## ¿Vuelta a empezar?

La primera razón que hizo que los jugadores pusieran el grito en el cielo fue darse cuenta de que,**una vez instalada la actualización, había sido “regresados” al nivel 1.**

“Gracias Pokémon Go por borrar todo lo que había avanzado. Pasé del nivel 14 al nivel 2 y perdí todos mis Pokémon. Quiero. Matarme”, escribió un usuario en Twitter.

“La actualización de Pokémon Go “reseteó”mi progreso y me puso en nivel 1. Una pequeña parte de mí se murió”, señalaba otro.

Pero algunos especialistas acudieron pronto al rescate.



¡No desesperes! Tu progreso no está perdido.

Al parecer, el problema está en la dirección de correo que la “app”usa para empezar a jugar. Con la actualización, el juego usa por defecto la cuenta con que estás operando en tu browser. Si resulta ser diferente a la que has estado utilizando para atrapar Pokémon, estarás, en efecto, creando un juego nuevo.

Así que la solución es salirse del juego y volver a “loguearse”. Con la dirección correcta. La página de apoyo técnico de Niantic señala que **“es posible que tengas que salirte de la cuenta dos veces antes de volver a entrar con la dirección correcta”.**

## Eliminadas las huellas

Ésta es una de las novedades que está generando más descontento entre los fans de las criaturas imaginarias.



“No huellas, no seguimiento, no comunicación”. La queja de un usuario en Twitter por la actualización del juego.

“Niantic -la compañía que desarrolló el juego- parecía estar trabajando en arreglar el tema de huellas que indicaban a qué distancia se encuentra un Pokémon, pero **en vez de arreglarlo directamente las ha eliminado”**, nos cuenta Mikel Cid.

Las “huellas” eran, efectivamente, marcas de las patas de los Pokémon que aparecían en la pantalla para indicar qué tan cerca o lejos estaba la persona de la criatura: tres si estaba lejos, dos al acercarse y una sola cuando ya estaba casi a distancia de poder atraparla. Pero en semanas recientes, todo Pokémon parecía estar muy cerca. Esto fue bautizado como la “falla de los tres pasos”.

¿La solución? Adiós a las huellas.

**“Tendrás que arreglártelas con una lista vaga de los Pokémon que están cerca. Y rezar”,** escribió el blog especializado Engadget.

Según algunos teóricos de la conspiración, Niantic estaba preocupado por el hecho de que algunas personas estaban acumulando colecciones bastante importantes de Pokémon. Incluidos algunos que, ya la semana pasada, aseguraban haberlos “atrapado todos”.

## Adiós a PokéVisión

Los fans también están molestos por el hecho de que Niantic y Nintendo **inhabilitaron “apps”adicionales externas que ayudaban a ubicar a las criaturas,** también llamados servicios de “escaneo de mapas”.



“Sólo los niños de los 90 recordarán estas huellas”, dice este tuit, en alusión a la eliminación de la posibilidad de seguir las marcas de patas de Pokémon como pista para saber cuán cerca estaba la criatura que se perseguía.

En concreto, la crítica es contra el golpe a la “app”PokéVision, un programa que había alcanzado gran popularidad en las tiendas de Google y de Apple y que, simplemente, **ya no opera con la actualización.**

“Ha dejado de funcionar para cumplir con los “deseos” de Niantic y Nintendo, ha provocado que encontrar los Pokémon sea mucho más complicado”, dice Mikel Cid.

“Ojalá tuviéramos buenas noticias. De momento respetamos los deseos (las compañías)”, escribió PokéVision en su Twitter.

Pero también fueron afectadas PokéRadar o PokéHound, que tuiteó: “Hicimos lo que pudimos” :(".

**“Esto es un desastre que deberían trabajar urgentemente en arreglar, en resumen”**, opina el especialista.

## No más modo de ahorro de batería

Esto es algo de lo que los usuarios se quejaron desde el principio: Pokémon Go, que requiere que el GPS funcione en todo momento, consume demasiada batería.

Así que el juego venía con una modalidad de “ahorro”, que si bien no resolvía completamente el problema, servía de paliativo.

**Esta modalidad fue eliminada -algunos señalan que temporalmente- con la actualización.**



¿Perdidos en la oscuridad sin huellas ni batería?

## ¿Algo bueno?

Frente a este panorama, las mejoras introducidas pasaron casi desapercibidas.

Incluyen la posibilidad de personalizar el avatar del jugador y de proteger a las criaturas más poderosas de ser enviadas por accidente a su destrucción.

No sin cierto sarcasmo, el blog Engadget apunta que “cada vez que abras la “app”, te recordará que debes tener cuidado cuando juegas, que no entres en lugares prohibidos y otras perlas de sentido común”.

“Croquemon Gou” y otras “frikadas” que surgieron con Pokémon Go

*““Si la gente va por el mundo cazando Pikachus, por qué tú no vas a cazar croquetas, que además tienen jamón dentro”. Bajo esta premisa gastronómica, el Colegio Oficial de Tapatólogos de Cádiz (sí, como lo oyen) pretende que los gaditanos dejen de cazar Pokémons para lanzarse a cazar esta obra culmen de la cocina francesa en lo que pretende ser el concurso del verano, el Croquemon Gou”…* Croquemon Gou: el concurso gaditano que propone salir a la caza de la croqueta (El Español - **4/8/16**)

La curiosa iniciativa es obra de Pepe Monforte, periodista e impulsor de la revista “Cosas de comé”, que él mismo dirige. El asunto, cómo no, surge en la barra de un bar. “Estábamos rodando un programa de televisión y surgió en la conversación el tema del jueguecito de marras, el Pokémon Go. En ese momento nos trajeron una ración de croquetas y dijimos: ‘Pisha, Croquemon Gou’”. Y de ahí al estrellato.

Monforte y los suyos, con su particular gracejo, decidieron desarrollar la idea y elaborar unas bases un tanto particulares para el concurso. Así, para participar basta con enviar una foto por correo electrónico o “uasa” al “uasatapa”, el teléfono de los tapatólogos, con el preciado tesoro gastronómico cazado. “La cremosidad de su bechamel, la originalidad de su relleno, la perfección del empanado, la cantidad de tropezones que lleva el relleno…o simplemente, que te haya gustado una jartá” son razones más que justificadas para enviar la croqueta al concurso.

Así, tal y como señala Monforte, la instantánea deberá mostrar la croqueta sola o con un bocado dado. También admiten las fotos en las que el autor se salga en la foto con un “selficroquet”, de tal manera que muestre al mundo “su felicidad croquetera”. Por supuesto, con el objetivo de promocionar la hostelería gaditana, el Colegio de Tapatólogos pide que las croquetas estén hechas en bares de la provincia. “No vale mandar croquetas de madres, novias, amantes o amantos, aunque estén escondidos en una croqueta”, afirman.

El periodista asegura que el concurso está siendo todo un éxito, y les están llegando fotos de distintos puntos del país. Una vez que las reciben, las exponen en la web de Cosas de Come con un comentario descriptivo. Por ejemplo:



Algunas de las croquetas que han recibido para el Croqueton Gou / Cosas de Comé.

“Enrique Hidalgo ha captado este original paisaje croquetero en el que dos estupendas croquetas de queso Cabrales, ya casi exhaustas después de haber recibido varios bocaos parecen moverse con dificultad en un temporal de patatas paja. Enrique inaugura lo que podríamos llamar el tragicroquetismo, o croquetismo novelado”.

El particular concurso gaditano finaliza el próximo 12 de agosto, y será un exclusivo jurado compuesto por los miembros del Colegio Oficial de Tapatólogos, que en su día impulsaron la Licenciatura en Tortillología, los que se encargarán de seleccionar al ganador.

Pero en España han surgido más ideas relacionadas con Pokémon. La agencia de viajes “Felices Vacaciones” ha decidido ofertar un viaje de 13 días a la costa oeste de Estados Unidos y Nueva York para capturar alguno de estos bichos que no se encuentran en España. “Hemos preparado este gran viaje para los jugadores del juego Pokémon Go, donde podrás capturar a un Pokémon exclusivo de Estados Unidos: Tauros. El viaje está preparado para que puedas conocer los mejores lugares de Estados Unidos y lo combines para cazar el mayor número de Pokémon. Con este viaje te incluimos una guía donde podrás conocer los pokémon que puedes capturar en cada lugar que vas a visitar, los gimnasios y las poképaradas”, anuncian en su página web. El coste del “poké-viaje” es de 1.695 euros.

Para evitar que se te canse demasiado la mano jugando a la aplicación, la empresa catalana Popsicase ha empezado a comercializar por Internet una funda que incluye un pequeño mango deslizable que facilita el manejo del teléfono con una sola mano de forma sencilla y segura. La idea es poder ir capturando Pokémons sin riesgo a que se caiga el móvil y para ir más cómodos.

Y en el resto del mundo…

Las invenciones que han nacido a raíz del éxito de la aplicación nipona son muy ingeniosas. Por ejemplo, la empresa holandesa TRNDLabs ha desarrollado un dron que permite llegar hasta el punto exacto donde dar caza a un Pokémon, por muy inaccesible que parezca como, por ejemplo, en la mitad de un lago.

Por su parte, en Luxemburgo es posible coger taxis para perseguir a Pikachus, y en Londres hay autobuses turísticos para recorrer las poké-paradas y gimnasios más conocidos.

Si no tienes capacidad para montar un negocio de tal tamaño en torno a Pokémon, puedes hacer como el ciudadano italiano Loris Pagano de 27 años. Según El Mundo, este joven trabaja como entrenador en Pokémon Go a 15 euros la hora. Es decir, si quieres que tu éxito en la aplicación se dispare, le dejas el móvil a este experto por 15 euros cada hora y él se encarga de hacerte avanzar en el juego.

Por su parte, McDonald’s no ha querido dejar pasar este tren. La cadena de restauración ha llegado a un acuerdo con Nintendo y Niantic en Japón para que los 3.000 establecimientos de la cadena en el país asiático se conviertan en bases y gimnasios Pokémon.

Los que también han sabido aprovechar la aplicación han sido los fabricantes de baterías externas. El hecho de que el juego consuma rápidamente la vida del móvil, ha hecho que estas compañías lancen campañas específicas para animar a los usuarios a no dejar de jugar por falta de autonomía. “Pokémon Go, No Stop gracias a las baterías externas Power Bank!”, reza el anuncio de esta marca tecnológica.

Eso sí, cuidado porque la batería no es lo único que consume la aplicación. Los datos son el segundo gran problema. Y si no que se lo digan al gimnasta japonés Kohei Uchimura, que se ha gastado más de 4.000 euros de “roaming” por jugar a Pokémon en Brasil.

*“Cinco jóvenes fanáticos de Pokémon Go vieron cómo un ejemplar de los más codiciados estaba situado en los jardines del castillo de Berg e intentaron colarse”…* Los Pokémon amenazan la seguridad de los grandes duques de Luxemburgo (El Confidencial - **21/7/16**)

La fiebre de Pokémon Go ha llegado a las cortes europeas. Si no, que se lo pregunten a los grandes duques de Luxemburgo, quienes han vivido en primera persona las locuras que ha desatado este juego. A pesar de los carteles de “prohibido el paso” y de los grandes muros, los adolescentes intentaron acceder al castillo trepando para conseguir ese ejemplar. Cuando ya estaban casi alcanzando la cima, los miembros encargados de la seguridad de los detuvieron y llamaron a la policía para solucionar el problema.

**- ¡Señor, perdona tanta necedad! (“Conversación de Mesa”, en una noche de verano)**



**El “Gran Hermano” del Universo Facebook**

**Era previsible, que después de ser “abducidos” por las redes sociales (haciendo striptease voluntario), los “teléfonos inteligentes” (lo de “inteligentes”, suena a sarcasmo) y las “apps” (para toda ocurrencia y momento), estaba el terreno abonado para la llegada de una “aplicación de masas”. Tontos felices: todos a una.**

**Los “titiriteros” de la “economía virtual” han desarrollado Pokémon Go, que es la última (?) “chupa” de los idiotas. La imbecilidad perfecta. La infantilización definitiva (?) de la sociedad. iPhone + Pokémon Go = el juguete de los catetos.**

**Las alegres Mary Poppins cazan bichos digitales por la cuidad, los entusiastas Peter Pan buscan los muñequitos por los parques.** **Zombies deambulando a la caza de algún pokémon. Son los perpetuos “Oskar” (El tambor), que no quieren crecer.**

**Dedican horas a caminar sin rumbo, mirando la pantalla de cinco pulgadas de su móvil, jugándose la vida en los cruces y en los pasos de cebra, en busca de personajes virtuales. Consideran que esas 4 horas al día (por ejemplo) están bien empleadas. En el irrealismo mágico que ofrecen las redes sociales, nada debe hacer a la juventud tropezar con la realidad. La evasión permanente. No hay que pensar.**

**Las redes sociales que toleran, provocan o alientan, el intercambio de comunicaciones inverificables y en muchos casos, peligrosas, resultan un limitante previsible de la inteligencia juvenil.**

**¿Un ejemplo de “economía colaborativa? Será con la necedad.**

**¿Una “realidad aumentada”? Será para “miopes” cerebrales.**

**¿La “economía de la disrupción”? Como nos sea de la inteligencia.**

**La estúpida fiebre del Pokémon Go es una “realidad aumentada” para “mentes empequeñecidas”. El último (?) caso de idiotez viral. Una apoteosis del despropósito.**

**Mientras los “empresarios de la fantasía” se frotan las manos susurrando… “que listos somos” echando cacahuetes a los “monos” (bobos), estos productos de “inutilidad manifiesta”, no solo son una muestra de banalidad; sino también de irresponsabilidad.**

**Los modernos “flautistas de Hamelin” han desarrollado una diversión poco inteligente. Un entretenimiento para “pollos descabezados”. Aparte de perder cualquier clase de principios, han terminado incluso perdiendo la vergüenza.**

**Los “borradores de cabeza”, con todas estas vulgaridades están saqueando la razón, la inteligencia, la cordura, la lengua, la claridad, la lógica, el buen sentido… sin hablar de la elegancia… entonces no pueden (pretender) arrancarme gritos de alegría. No puedo sentir otra cosa que aflicción y desconcierto.**

**Transformando la tragedia en farsa (agujeros negros, intoxicaciones, frivolidades, insignificancias)… para condenar a los jóvenes al limbo del infantilismo eterno y de ese modo seguir siendo los “amos del universo” y conservar el poder.**

**Me produce una enorme tristeza ver a la juventud acudiendo en masa (como borregos) a fin de alimentarse de la “sopa boba” del Pokémon Go; miserablemente engañada, manipulada, arreada, anestesiada.**

**Ante tanta servidumbre y domesticidad, sin tratar de defenderse ni de responder, siento un profundo dolor al cual no tarda en suceder una viva irritación.**

**¿Estamos ante un momento de “ingenua barbarie”? Seguramente cuando los jóvenes (que se aturden a sí mismos) despierten de esta pesadilla, estarán en una condición peor que antes.**

**Las redes sociales y todos los negocios derivados se han convertido en un “teatro del absurdo”, como en la obra de Ionesco o Beckett, donde los actores de la economía virtual (mediocres, avaros, fatuos y completamente irresponsables) se creen más importantes que la propia economía real (certificando su propia incapacidad).**

**El problema de todos estos “trileros” de la inteligencia es que creen saber lo que le conviene a todo el mundo y son incapaces de ver los fallos de su apreciación. Terminando, simplemente, por potenciar el hedonismo egoísta del individuo frente a los problemas y miserias de su entorno.**

**Tal vez la topografía del debate suscitado ofrezca un primer indicio: de un lado se ubican los que rescatan la objetividad de las nuevas tecnologías; del otro, los que defienden el derecho lúdico de los consumidores y el papel de las redes sociales para expresar, con infinitas resonancias, todas las variantes y ocurrencias de la subjetividad. Este debate parece típico de un cambio de época, donde se discute en torno a tres díadas: público y privado, objetivo y subjetivo, instituciones y destituciones.**

**Algunos analistas de la cultura recrean la discusión célebre entre dos términos polisémicos: modernidad y posmodernidad. Esta contienda no parece, sin embargo, casual. Existe un perfil cultural proveniente del espectáculo privado, cuyo rasgo distintivo es que se consume masivamente y se paga en función del entretenimiento y la diversión.**

**El cineasta Guy Debord sostuvo, en 1967, en su libro “La sociedad del espectáculo”: “Bajo todas sus formas particulares, información o propaganda, publicidad o consumo directo de diversiones, el espectáculo constituye el modelo presente de la vida socialmente dominante”. En paralelo a diagnósticos como éste, se agregaron nuevos términos a la sociología de la posmodernidad: hedonismo, personalización, declinación del deber, licuación de certezas y costumbres, seducción continua, banalización, apatía política, desenfado, autonomía. El marketing y la publicidad se montaron sobre estas tendencias, contribuyendo a modelar las nuevas subjetividades posmodernas. Algunas aplicaciones de las redes sociales potencian esos rasgos, hasta consumar las bodas del grotesco con el humor “cool”, como sucede en la Face Swap de Snapchat.**

**En ese “teatro de inmersión”, el resultado es el absurdo. “No hay nada que hacer…”; “No hay nada que ver…”, que decía el personaje Estragón en la primera parte de “Esperando a Godot”. En un último giro posmoderno, podríamos agregar: …y además, “No hay nada que pensar” (que es lo que se busca).**

**Aunque tal vez el problema no sea la posmodernidad, que llegó para quedarse, sino el modo en que ella se enlaza con el pasado y el presente. Como dice Gilles Lipovetsky: “Si se anuncia una nueva era, se trata de determinar qué es lo que queda del ciclo anterior, lo nuevo reclama la memoria, la referencia cronológica, la genealogía”.**

**Incorporar la posmodernidad con sensatez a la cultura significará hacer historia, confundirla con un juego de máscaras potenciará la amenaza del vacío existencial.**

**Cornelius Castoriadis, en su libro “El avance de la insignificancia” (Eudeba - 1997), nos enseña: “… la descomposición se ve sobre todo en la desaparición de las significaciones, la evanescencia casi completa de valores. Y esta evanescencia es, en última instancia amenazadora de la sobrevivencia del sistema mismo. Cuando, como es el caso, en todas las sociedades occidentales se proclama abiertamente (…) que el único valor es el dinero, el provecho, que el ideal sublime de la vida social es “enriquézcase”, ¿es posible concebir que una sociedad pueda seguir funcionando y reproducirse sobre esta única base?”…**

**“El capitalismo (…) no necesita autonomía sino conformismo. Su triunfo actual, se debe a que vivimos una época de conformismo generalizado, no solo en lo que se refiere al consumo, sino en la política, en las ideas, en la cultura, etc.”…**

**“Que los ciudadanos están sin brújula, es cierto, pero se debe justamente a este deterioro, a esta descomposición, a esta usura sin precedentes de las significaciones imaginarias sociales”…**

**En un interesante artículo periodístico titulado: “Nihilistas”**… (Gaceta.es - **1/8/16**), **Rubén Olmeda, sostiene:**

**“Los nihilistas no creen en nada, sostienen la imposibilidad del conocimiento y niegan la existencia y el valor de todas las cosas. El nihilismo es una corriente filosófica que se basa en la negación de toda creencia o todo principio moral, religioso, político o social.**

**No quiero decir que los jugadores de Pokémon Go sean nihilistas, no. Puede que la mayoría ni siquiera sepa lo que es el nihilismo, con lo cual serían los más nihilistas del mundo, porque negarían el conocimiento hasta el punto de no tenerlo. Lo que estoy percibiendo estos días es que hay muchos jóvenes que no creen en nada, pero no necesariamente los del Pokémon Go, no. Jóvenes que pasan de todo, que se fuman sus canutos, no hacen caso a nadie, no tienen preocupación por su futuro y no piensan que esa forma de vida sea perjudicial para su salud, sino que, al contrario, es la mejor forma de encarar este “mundo injusto y salvaje”.**

**Tenemos una juventud muy preparada, que saca carreras y aprende idiomas, físicamente mucho más potente que sus progenitores, con acceso a internet desde que nacen (es decir, tienen todo el conocimiento a su disposición) y encima los avances en la medicina les aseguran una vida longeva. Lo tienen todo, pero a veces, algunas veces como estos días en los que esquivaba zombies adolescentes, pienso que no tienen nada, porque les falta la estructura de personalidad y moral que fundamente todo eso que aprenden. Les falta cazar lo que todo ser humano debe preguntarse en algún momento de su vida (cuanto antes, mejor), el preguntarse “por qué estoy aquí y que voy a hacer en este mundo”.**

**Los nihilistas dirán que les da igual, han nacido y tienen que alimentarse porque tienen hambre, se reproducen si surge la ocasión y trabajan porque si no se mueren de hambre. Pero no se plantean algo superior al “yo”, incluso no se plantean que quieren hacer con ese “yo”, solamente flotan por la vida como las algas muertas lo hacen en el mar.**

**Afortunadamente no toda la juventud es así, lo hemos visto en la JMJ, pero no porque sean católicos ni porque vayan a ver al Papa, sino porque han decidido hacer algo más que alimentar sus estómagos, han viajado a adquirir conocimiento, a preguntarse qué hacen aquí y a compartir experiencias y valores con otros jóvenes”….**

**El Papa Francisco, en la XXXI Jornada Mundial de la Juventud, quiso zarandear a los jóvenes ante “la parálisis” que se vive en la sociedad y a todos aquellos que “confunden felicidad con un sofá”. Este fue el mensaje que lanzó en la ciudad polaca y al que asistieron un millón y seiscientos mil jóvenes, según los organizadores. Ante las guerras, el sufrimiento, pero también ante quienes prefieren “jóvenes atontados” para dominarles, Francisco les exhortó a levantarse del sillón y construirse un futuro… “No vinimos a este mundo a vegetar”** (Gaceta.es **- 31/7/16**)

**Y para ello, Francisco volvió a usar el tono coloquial que usa ante los jóvenes y continuó con su metáfora de los chicos sentados en “un sofá que nos ayude a estar cómodos, tranquilos, bien seguros. Un sofá -como los que hay ahora modernos con masaje incluido- que nos garantiza horas de tranquilidad para trasladarnos al mundo de los videojuegos y pasar horas frente a la computadora”.**

**El pontífice acuño un nuevo término, la llamó “la sofá-felicidad”, “que hace que poco a poco, sin darnos cuenta, nos vayamos quedando dormidos, nos vayamos quedando embobados y atontados mientras otros -quizás los más vivos, pero no los más buenos- deciden el futuro por nosotros”. “No vinimos a este mundo a vegetar”, les espetó y continuó: “Hay que animarse a cambiar el sofá por un par de zapatos que te ayuden a caminar por caminos nunca soñados y menos pensados, por caminos que abran nuevos horizontes”, les aconsejó.**

**Para el pontífice, el tiempo que hoy estamos viviendo, “no necesita jóvenes-sofá, sino jóvenes con zapatos” y sólo acepta “jugadores titulares en la cancha, no hay espacio para suplentes”.**

**Y les invitó a que “defiendan su dignidad y no dejen que sean los otros los que decidan su futuro”…**

**(2/8/16) Pokémon Go está a punto de cumplir su primer mes de lanzamiento y el éxito de la aplicación parece no tener fin. Los jugadores que se han sentido atrapados por la propuesta de Niantic y Nintendo siguen demostrando que su afición no es flor de un día.**

**Son muchos los usuarios que aplican su ingenio para tratar de sacarle el máximo partido a Pokémon Go y conseguir algo de ventaja respecto a otros jugadores rivales. A través de determinados trucos, no son pocos los que han adquirido una experiencia extra en la aplicación, que ha ayudado a la tarea de hacerse con el control de un gimnasio o conseguir los especímenes más preciados de los monstruos de bolsillo de la primera generación.**

**Muchos “cómplices necesarios” se esmeran en ayudar a todos aquellos que no han iniciado con buen pie la andadura para convertirse en un gran jugador o entrenador Pokémon, algunos ofrecen los consejos y trucos más útiles para avanzar a pasos agigantados en Pokémon Go… ¿Qué saldrá del huevo incubado?**

**Mientras ustedes, estimados jóvenes, reflexionan sobre lo reseñado en este Paper, deseo dejar aclarado que mis “advertencias” (llamarlas “críticas”, me resulta demasiado presuntuoso), responden al deseo de mi conciencia, y cumplir con mis deberes de padre de familia y abuelo; pero me doy cuenta que estos razonamientos no serán muy entendidos (y posiblemente, atendidos), más allá de mi propia casa.**

**La proyección con la que cuenta Pokémon Go invita a pensar que surgirá mucha más ficción próximamente. Si, a pesar de lo dicho, deciden seguir infantilizándose con los misterios de Pokémon Go: “a quien Dios se la dé, San Pedro se la bendiga”.**