

Eli Barnett. Fundador de Kef Sensei, estudio de videojuegos que desde Montevideo mantiene cautivos a usuarios japoneses, rusos y europeos

Videojuego uruguayo conquista 4 millones de usuarios



ELI BARNETT

"Este es un fenómeno masivo"

Antes las reglas de los juegos las conocían los adolescentes, pero ahora todo el mundo las sabe y el fenómeno de los juegos y sus reglas se ha llevado a otros ambientes. Por ejemplo, los programas de millas de las aerolíneas son un juego en su mecánicas, porque uno viaja y suma millas y si tiene más millas pasa de nivel; están pensados así. Las personas que crean esos programas de fidelización los crean con las dinámicas de los juegos y todo el mundo lo tiene incorporado; no hay que explicar qué quiere decir pasar de nivel o sumar puntos. Es un fenómeno masivo y la industria también evolucionó. Hoy están "de moda" los llamados "videojuegos casuales", son juegos que no requieren tanta inversión de tiempo y no te frustran, tratan de que ganes. Ahora no hay que convencer a la persona de que te compre el juego sino de que haga click y juegue; después que lo haga por horas y en ese contexto que vaya gastando el dinero.

LELICIA COSTA DELGADO

Se llama "Hidden Express", salió en febrero y hoy tiene cuatro millones de usuarios, la mayoría japoneses pero también rusos y europeos. El País dialogó con su creador, Eli Barnett, sobre este y otros fenómenos del entretenimiento digital.

Tiene un rato libre en el trabajo y abre el solitario; casi sin darse cuenta se volvió experto al póker de Facebook y no le molestaría nada pasar unas horas calzándose los zapatos virtuales de Lionel Messi en el FIFA o recordar aquellas horas de maquinitas en un Pac-Man descargado en su celular.

Si bien muchas personas siguen teniendo un estereotipo de que los videojuegos son un hobby de los fanáticos, (evocados como adolescentes con ropa holgada y aficionados a lo tecnológico), la verdad es que forman parte de la vida cotidiana mucho más de lo que uno se da cuenta.

El uruguayo Eli Barnett, fundador y CEO del estudio independiente de videojuegos Kef Sensei, lo tiene claro. "A una persona le preguntás si es un *gamer* y te dice 'no yo no', ejemplifica frunciendo el ceño, "pero después le preguntás '¿jugás al solitario?' y te dice 'ah, sí claro'", sonríe.

Barnett es Ingeniero de Sistemas por la Universidad ORT y durante años fue director de Before Soluciones Interactivas, una empresa que desarrollaba páginas webs y productos informáticos varios.

Sin embargo, tal como recuerda, la demanda fue aumentando y, como para satisfacerla debían ampliarse más de lo que podían, decidió hacer un pequeño viraje en su carrera y concentrarse en su gran pasión: los videojuegos.

Así nació Kef Sensei una empresa que en 2007 comenzó a crear videojuegos para ser descargados en las computadoras y que hoy trabaja en aplicaciones para iPhone, Android y Facebook, entre otras.

Su última producción es Hidden Express, un videojuego que está disponible en la red social de Mark Zuckerberg y que en seis meses ha conquistado a cuatro millones de jugadores, la mayoría japoneses.

¿Por qué los uruguayos que trabajan en videojuegos se conocen más en el exterior que en Uruguay? "Porque para nosotros Uruguay no es un mercado atractivo, es muy chico. Los 4 millones de jugadores que tiene Hidden Express ya superan la población del país", reflexiona Barnett.

El juego que tiene atrapados a los japoneses y a más de un uruguayo consiste sencillamente en descubrir objetos en una imagen para poder ir "pasando de campo".

"Desde hace tiempo teníamos la inquietud de desarrollar un juego con fotografías, entonces aprovechamos los beneficios que hay en Uruguay para hacer producciones audiovisuales", rememora Barnett, quien este miércoles expuso en el Social Media Day,

evento organizado por la Universidad Ort.

Así, alquiló locaciones y armó distintas escenas con objetos colocados y "escondidos" cual si fuera una escena de "¿Dónde está Wally?". Trabajar con fotos les permitió dar realismo al juego y evitar dibujar cada detalle, lo que les habría demandado más tiempo.

FIEBRE DE DATOS. La presentación de Barnett en el Social Media Day fue titulada "La industria de los videojuegos y la fiebre de los datos". Este último concepto refiere a la constante búsqueda de las editoriales de videojuegos (mediadores entre el desarrollador y el público) para generar estrate-

gias efectivas y lograr que el jugador pague.

"En los primeros cinco minutos de un juego pueden obtener hasta 200 datos de acciones del jugador para saber qué hacer para que pague", cuenta el ingeniero uruguayo. Los datos registrados son sutiles pero, por ejemplo, si a las personas les cuesta pasar de campo, se frustran y no volverán a jugar. Es decir, no pagarán.

Entonces, las editoriales registran cuánto tiempo se pasa en cada etapa y, si es más del que esperaban, comenzarán a modificarlo para que sea más fácil y el usuario se quede cautivo. "La idea es que avances y te frustres en el momento justo en el que, según la matemática y los cálculos, estés pronto para pagar, de esa forma pueden monetizar los juegos que son gratis", explica Barnett.

Hidden Express, por ejemplo, es gratis pero si juega cinco veces seguidas y quiere continuar deberá abonar, esperar para volver a jugar o pedir "energía" a un amigo.

En momentos en que se habla del espionaje en internet y del control sobre las acciones de los navegantes, el rol de las editoriales aparece como el lado menos simpático de los videojuegos.

Sin embargo, para Barnett ese registro de la actividad del usuario no es malo en sí mismo porque no capta información personal sino que lo hace anónimamente. Y el objetivo final sería "mejorar el producto".

HIDDEN EXPRESS

EN QUÉ CONSISTE

▶ Al pie de la pantalla aparecen nombres de objetos a descubrir en una escena. Cuando los clickea todos pasa al campo siguiente.

DÓNDE SE JUEGA

▶ Está disponible en Facebook, en redes sociales rusas y europeas y próximamente saldrá para celulares.

