

'EPIC FAILS'

La patacada de Nintendo amb la realitat virtual

“CADA SETMANA HI HA algú que s’hi interessa, però encara no he trobat ningú que la vulgui comprar”, explica a l’ARA un dels dos únics usuaris de Wallapop a Espanya que venen la Virtual Boy, una de les consoles més estranyes que ha creat Nintendo. En demana 450 euros i diu que és una joia. “Com més temps passa, més valor té”, assegura. L’altre usuari en demana 500. “És una consola molt difícil de trobar: a mi me la va regalar el meu pare pel meu aniversari, d’un viatge que va fer al Japó –explica–. Em va fer il·lusió, però només hi vaig jugar un dia”, conclou. De fet, la Virtual Boy va ser un rotund fracàs. Ara, però, s’ha convertit en una peça de museu molt preuada pels col·leccionistes i es ven gairebé pel doble del que costava quan va sortir.

El 13 de novembre del 1994, *The New York Times* va llançar l’exclusiva: Nintendo estava a punt de presentar una consola que “submergiria els jugadors dins d’un univers únic”. El 16 de juliol del 1995, al Japó, sortia a la venda la Virtual Boy. Es tractava d’una consola de 32 bits amb gràfics en tres dimensions. L’aparell constava d’un comandament i d’unes aparatoses ulleres que creaven una il·lusió de profunditat. Això sí: tots els gràfics que s’hi veien eren de color vermell, una condició necessària per crear la il·lusió òptica. La tecnologia l’havia desenvolupat una empresa nord-americana, i Nintendo, ansiosa per trencar el mercat de les consoles amb un concepte del tot innovador, havia tancat un acord per tenir-ne l’exclusivitat. Va comprar una fàbrica sencera al Japó i va començar a produir aquest producte.

LA CONSOLA VA arribar al mercat dels Estats Units el 16 d’agost del 1995 a un preu de 179,95 dòlars. Era més assequible que una consola domèstica, però més cara que la clàssica GameBoy, que havia estat un autèntic èxit de vendes. Ninten-



JORDI OLIVE

do volia que la Virtual Boy també ho fes i, amb aquest objectiu, va desembutxacar 25 milions de dòlars per promocionar-la per terra, mar i aire. De fet, el gegant japonès fins i tot va tancar un acord amb els mítics videoclubs Blockbuster perquè tothom qui ho volgués pogués llogar-ne una de prova. En poques setmanes se’n

van llogar 750.000: una bona xifra per a la campanya, però també el tret de sortida per a la mort de la Virtual Boy.

“MÉS QUE DE REALITAT virtual, es tractava d’un aparell de visió en tres dimensions que, a més, era incòmode de fer anar, tenia una resolució reduïda, només feia servir un sol color, aïllava l’usuari de l’exterior i podia tenir efectes nocius per a la salut”, concreta Xavier Amores, director del màster en direcció i gestió d’empreses de la Universitat de Girona i professor associat d’Eada. I d’això els usuaris que van llogar la consola se’n van adonar. Les crítiques van córrer com la pólvora i les vendes es van ensorrar pràcticament del tot. Si Nintendo havia explicat el 1994 que esperava vendre’n 3 milions d’unitats durant el primer any, tan sols se’n van col·locar 770.000, segons la revista especialitzada *GamePro*. De jocs, esperava vendre’n 14 milions de còpies, però tan sols en va crear 22. El 1996 van decidir posar el punt i final a l’aventura i centrar els esforços en la Nintendo 64. —**Marc Amat**

LA LLIÇÓ

“La innovació implica no només presentar un producte nou, sinó oferir també un valor diferencial als clients”, explica Xavier Amores, director de l’MBA de la UdG. Per a l’expert, la Virtual Boy tenia moltes mancances. Tampoc es va escoltar prou el consumidor: “Si es vol tenir èxit, sempre se l’ha de tenir en compte”, rebla.

'PORCA MISERIA'

Quin negoci, acabar amb el sexisme!

Increïble. Fantàstic. Quasi 40.000 assistents al partit de la Serie A Femminile Juventus-Fiorentina. Impensable fa anys, o encara menys: fa mesos. A Espanya també hi ha hagut aforaments rècord, com el de l’Athletic de Bilbao contra l’Atlètic de Madrid a l’estadi de San Mamés. Això demostra que les diferències entre sexes s’estan aplanant a poc a poc i que entre el que és masculí i el que és femení no hi ha una barrera infranquejable. ¿Entenem què vol dir en termes econòmics? ¿Entenem l’enorme potencial d’aquesta revolució? Si l’entrada de les dones en l’àmbit laboral ha suposat una injecció impressionant de diners en el sistema, pensem el que podria ser la benvinguda irrupció de les dones en un terreny tradicionalment masculí, i viceversa.

Si un sexe pogués representar, per exemple, el 50% de la facturació en àmbits típics de l’altre sexe, un fet revolucionari com aquest -ho torno a dir- crearia enormes oportunitats empresarials. Som-hi, doncs: els interessos econòmics i els interessos de la justícia van pel mateix camí!

NICOLA PADOVAN
EMPRESARI
ITALIÀ



@nicolapadovan

Campus de Periodisme
De l’1 al 6 de juliol · 12-14 anys

“Avui al taller de ràdio he après com utilitzar un micro... i a espavilar-me en el moment de xerrar!”
Maria Maians

Preparat per a la segona edició del Campus de Periodisme? Durant una setmana aprendràs a fer de periodista amb tallers impartits per Antoni Bassas, Xavier Bertral, Aure Farran, Selena Soro i Noemí Prous. A més t’ho passaràs d’allò més bé en les activitats lúdiques i esportives de la tarda organitzades per Fundesplai.



Centre Esplai, Prat de Llobregat.
Preinscripció oberta fins al 3 de maig a:
promo.ara.cat/campus-periodisme



ara.cat

Hi col·laboren: **SE2 CATALUNYA** **Los 20 CATALUNYA** **RàdioEstel** **casanovafoto**