

El fenómeno retro: ¿Por qué nos gusta tanto?



Del cubo de basura, a convertirse en los reyes de las tiendas de ocasión

Lo retro está de moda. No hay un día de mi vida que esté mas convencido sobre esta afirmación. Tanto en la moda, como en el diseño de automóviles, muebles, accesorios del hogar y por supuesto, videojuegos, está muy presente esta tendencia o estilo. Un concepto, que después de investigar un poco me parece algo confuso dentro del mercado. Pero en realidad, ¿sabes que significa retro? ¿es lo mismo que vintage? ¿por que nos atrae tanto? Todos estos y algunos más conceptos y detalles del mercado me gustaría reunir en este artículo lleno de nostalgia. Vamos allá.

Como he comentado antes, primeramente me gustaría dejar claro varios

conceptos los cuales veo algo confusos, como palabra al uso en la industria del videojuego; **Retro, o Vintage**, algo más que se relaciona bastante con el diseño o la moda. Todo eso antes de dar el paso a algo más relacionado con lo psicológico y, por supuesto el marketing, que al fin y al cabo es lo que termina moviendo este estilo.

Vintage es un termino que se empleado para referirse a objetos o accesorios con cierta edad y a los que aún, debido a su antigüedad, no pueden considerarse como antigüedades propiamente dichas. Normalmente, los artículos Vintage suelen estar revalorizados, por lo que los transforman en artículos codiciados, sobre todo en mercadillos y tiendas de segunda mano. Como por ejemplo el videojuego Megaman de NES o una Atari 2600.



La videoconsola Atary 2600 es todo una joya en el mercado vintage.

Sin embargo, el concepto **Retro** manifiesta completamente lo contrario. El concepto retro se utiliza cuando tenemos un artículo de nueva fabricación, pero manteniendo una estética clásica. Un vivo ejemplo de este estilo es la reciente consola NES Mini, una consola de nueva fabricación que mantiene el estilo de la consola clásica. Otra cosa sería referirnos a los juegos que incorpora, que esos si que serían de estilo Vintage.

¿Retro o Vintage?

Una vez aclarados estos dos conceptos, vamos a ver lo mal los utilizamos en la industria del videojuego. Normalmente solemos hablar del mercado de los videojuegos de generaciones anteriores, como mercado retro. Según hemos visto que retro es un artículo nuevo inspirado en una estética clásica, o anterior. Si bien hemos leído, este tipo de artículos deberían llamarse vintage, ya que llamarlos retro sería referirnos a ellos de manera vulgar.

Por ejemplo. El videojuego desarrollado por nuestro compatriota "Locomalito", Maldita Castilla EX, es un videojuego retro, mientras que el clásico de Capcom, Ghost & Ghouls sería Vintage. Si bien hay que saber distinguir bien a cada uno de ellos, ya que una remasterización de un videojuego retro podría llevarnos a mezclar los dos conceptos a la misma vez.



Maldita Castilla EX, un videojuego de plataformas de estética retro, que incorpora muchos elementos de videojuegos clásicos como Ghost & Ghouls.

El principio del comienzo

Pero este fenómeno tiene un comienzo más humilde de los que creéis. La tendencia Vintage dio sus primeros coletazos en 2006, cuando una jovencita, sin experiencia alguna en el mercado de la moda, decidió poner a la venta sus viejas prendas en la plataforma de venta online eBay para sacar unos dólares con algo que ya había usado. Esta tendencia al poco tiempo pasó a lo que llamarse "Vintage".

Tanta fue la aceptación de Nasty Gal -que es como llamó a su tienda- que al cabo del tiempo, ese pequeño negocio a través de una tienda online en eBay, pasara a ser independiente, convirtiéndose en la actualidad en un negocio de 100 millones de dólares. Tan solo tuvieron que pasar unos años, para que la tendencia Vintage se expandiera a los demás mercados, vehículos, decoración, bueno, y como no los videojuegos.

En la actualidad, el amor por lo Vintage, que no es lo mismo que lo retro, genera millones de dólares al año, además de ser una alternativa para muchas personas de conseguir algo de dinero extra en los mercados de segunda mano y tiendas de ocasión.

“En un mundo virtualizado, el cerebro nos impulsa a una mirada retrospectiva, a recalar en los sustratos básicos de la emoción, allí donde nos sentimos seguros, y eso provoca añoranza”

¿Porque nos gusta tanto?

Sin meternos demasiado en el apartado psicológico, una de las razones por lo que este mercado nos gusta tanto, es porque nos genera "añoranza", sobre todos a los más veteranos. Jugar a videojuegos que formaron parte de nuestra niñez ayuda a recalar en los sustratos básico de la emoción, lo que hace que nos sintamos seguros provocando ese sentimiento.

Yo no vivía o no tenía uso de razón en esa época, entonces... ¿Por que me llama la

atención ese tipo de artículos? Pues por una sencilla razón. Posiblemente pueda ser por que provoque curiosidad el experimentar las sensaciones que se vivían con videojuegos de aquella época, descubriendo nuevas mecánicas o simplemente por jugar a algo nuevo.



Alex Kidd in miracle world, todo un clásico de la consola Master System

Otra opción, aunque no la veo tan probable, es por falta de recursos. *¿Quien de vosotros no tiene una consola actual?* El mercado vintage es un objetivo potencial a la especulación, por lo que claramente puede llegar a ser bastante más costoso que el actual, al menos en los videojuegos.

¿Que tiene que ver en todo esto el marketing?

¿Que que tiene que ver? Pues bien, os cuento. Esta tendencia se está tomando como una estrategia en el mercado de la actualidad, dado a que gracias a la atracción que provoca a los aficionados, las compañías aprovechan ese handicap para elaborar videojuegos con menos costes de desarrollo generando un alto número de ventas, o sea, ganancias. Claros ejemplos son el videojuego de Yatch Club Games, Shovel Knight, uno de los iconos del mercado indie de estética retro o las nuevas nuevas NES Classic Edition: Mini NES o Ataribox.

Lo que está claro en todo esto es que, independientemente de que un artículo sea Retro o Vintage, es que la nostalgia vende, y mucho, y por diversas razones es una garantía de que va a gustar al mercado, ya sea encajando con un perfil de persona u otro. Esto es debido a que por diversas razones el consumidor, quiere recordar épocas pasadas, vivir nuevas experiencias o conseguir ese videojuego que tanto ansió en su juventud. *¿Y a ti? ¿Te gusta lo retro?*

*Si queréis leer más noticias e información variada sobre videojuegos, visita **PowerUps**, tu web independiente sobre videojuegos.*