

Transcripción del vídeo: <http://www.youtube.com/watch?v=QKKgov53snA>

[Europapress] El tandem formado por Nintendo 3DS y Pro Evolution Soccer 2011 abrirá mañana un nuevo capítulo en la historia de los videojuegos.

La esperada consola portátil de Nintendo, que permitirá vivir las tres dimensiones sin necesidad de gafas estereoscópicas y una de las franquicias de simuladores de fútbol más aclamadas harán su debut en el mercado español.

Diseñado especialmente para jugarse en tres dimensiones, el simulador para Nintendo 3DS ofrece una envolvente visión del género futbolístico mezclando el nivel de control de la serie Pro Evolution con las nuevas dimensiones que permite la 3DS.

Además, los jugadores pueden elegir entre 60 combinados nacionales y 170 clubs para alcanzar la gloria en todo el abanico de competiciones disponibles.

[Konami] Para nosotros es un reto tecnológico muy importante, el desarrollo del juego ha tardado más de un año y, y al mismo tiempo nos sentimos privilegiados al poder estrenar esta nueva tecnología junto con el resto del mercado. El videojuego sale mañana, junto con la consola, aquí en Europa, y tenemos grandes expectativas.

[Europapress] La tecnología de las 3 dimensiones en el mundo de los videojuegos, busca la complicidad del usuario a través de las sensaciones que destila esta nueva forma de enfrentarse a los nuevos productos de entretenimiento.

Según la responsable de Konami en España, es una experiencia que no se puede escribir con palabras ya que es el propio usuario el que debe vivirlo en persona.

[Konami] Eso es muy difícil de describir con palabras, realmente hay que probarlo. Pero la sensación es de estar (en concreto en el Pro Evolution Soccer de 3ds) jugando dentro del campo. Es la experiencia del fútbol como nunca antes se había vivido. Y para podértelo describir es que... es necesario probarlo.

[Europapress] Un movimiento que muchas veces en la industria han descrito como precursor pero también arriesgado. Las 3 dimensiones, con o sin gafas, es un mercado todavía en ciernes, del que es muy difícil predecir como evolucionará.

Sin embargo, desde Konami asumen el reto ya que según la directora de marketing de la compañía japonesa: el que no arriesga, no consigue nada.