



‘Free Fortnite’: un juego en apuros pese a sus cifras millonarias

Nora Cifuentes (EFE) | “Uníos a la lucha contra @AppStore y @Google en las redes sociales con #FreeFortnite”. Esta invitación a posicionarse en redes contra dos de las compañías tecnológicas más grandes del mundo proviene de Epic Games, compañía dueña del videojuego “Fortnite”, que invitaba desde su web a una especie de revolución en forma de hashtag.

Para entenderlo, hay que comprender la popularidad actual de Fortnite, y el conflicto legal y económico en el que lleva sumido desde hace varias semanas.

JUEGO “POP” MÁS ALLÁ DE LOS “GAMERS”

En verano 2017, de la mano de Epic Games, vio la luz “Fortnite”, un juego gratuito, disponible tanto en consolas como ordenadores y móviles. Unos meses después, Epic lanzó el modo de juego “Fortnite: Battle Royale”. Desde entonces, el videojuego trascendió del “gaming” y fue creciendo en popularidad.

De hecho, ha cautivado a celebridades de todo tipo: a cantantes como Joe Jonas, Prince Royce, o Madielyn Bailey o los raperos Travis Scott o Drake; a futbolistas como Thibaut Courtois, Cesc Fabregas, Zlatan Ibrahimovic, Antonie Griezmann, Harry Kane o Daniel Carvajal; al actor Finn Wolfhard o al “youtuber” Rubius, entre otros.

En agosto de ese año, el juego contaba con 78,3 millones de jugadores mensuales. Menos de un año después, en marzo de 2019, tenían 250 millones de cuentas registradas. En mayo de 2020 desvelaron su número de jugadores actual: 350 millones en todo el mundo.

El juego parte de la premisa del género Battle Royale (inspirado en la película homónima del 2000). Básicamente los jugadores aterrizan en una isla y tienen que ir matándose unos a otros e interactuando con el entorno con mecánicas de construcción y destrucción, para sobrevivir.

“Fortnite” ha ido sacando temporadas y colaboraciones con otros mundos y ficciones famosas, como Marvel, DC, Stranger Things, o Star Wars. Hasta han anunciado recientemente un evento en el que añadirán al juego coreografías de BTS (célebre grupo K-Pop) como gestos disponibles en el juego.

El pasado agosto, salió a la luz que Epic Games, compañía dueña de Fortnite, estaba valorada en 17.300 millones de dólares gracias a una reciente inversión de Sony. En declaraciones recogidas por Expansión.com, Tim Sweeney, fundador de Epic Games.

CIFRAS MILLONARIAS EN CONFLICTO

Sin embargo, días después de esa noticia millonaria, las cosas se han puesto difíciles para “Fortnite” y Epic Games. Y es que llevan desde mediados de agosto batallando con Apple por un enorme conflicto de intereses. Un conflicto al que se han ido sumando otros nombres, como Google o la administración Trump.

Todo empezó el pasado 13 de agosto cuando Epic Games anunció un nuevo parche para el juego, con el que los precios de las compras se reducía permanentemente. Sin embargo, la forma en la que la compañía lograba esto era integrando dentro del juego un servicio de pagos, “Epic Direct Pay”, lo que hacía que los jugadores pudieran comprar directamente a Epic Games sin pasar por Apple ni Google Play y evitando que estas plataformas se llevaran un porcentaje de esas compras.

No obstante, Apple respondió a este cambio de manera drástica: eliminó a Fortnite de su tienda de aplicaciones (Apple Store). En respuesta, Epic Games lanzó el movimiento “#FreeFortnite” (que cuenta hasta con merchandising propio) y una vez este hashtag ya era tendencia en redes sociales, Google tomó la misma decisión que Apple y eliminó el juego de la Play Store (su tienda de aplicaciones).

Y mientras tanto, aunque los usuarios que ya tuvieran descargado el juego pudieran seguir accediendo, quienes lo buscaran por primera vez en las tiendas de aplicaciones tanto de iOS como de Android, no lo encontrarían. Según el medio Dexerto, esto provocó que el juego perdiera un 60 % de jugadores.

El conflicto entre la compañía de la manzana y Epic Games llevó a que incluso Fortnite lanzase un spot que parodiaba al de 1984 de Apple, en el que una mujer liberaba a un montón de usuarios sometidos a un lavado de cerebro ante una pantalla: “El 24 de enero, Apple Computer lanzará Macintosh. Y entenderás por qué 1984 no será como ‘1984’” (en alusión a la mítica novela de George Orwell).

En la versión de Fortnite, Brite Bomber (personaje del juego), es quien libera al mundo de una pantalla en la que aparece una manzana podrida con un gusano: “únete a la lucha para evitar que 2020 sea 1984” decía Epic Games en un comunicado.

Y es que además, Apple no solo retiró el juego de su tienda, sino que revocaron a Epic Games el acceso como desarrollador y planteó vetar a Unreal Engine (el motor de juegos de la compañía), lo que impedía que Fortnite u otros juegos pudieran recibir actualizaciones o testear sus fallos.

¿FALSO ROBIN HOOD?

Entre tanto, Epic Games lanzó su propia descarga para Android para quienes quisieran instalarlo por su cuenta en estos dispositivos, y presentó varias demandas contra ambas compañías: “Epic no cesará en su lucha por acabar con las anticompetitivas restricciones en las tiendas de dispositivos móviles de Apple y Google”.

Sin embargo, a finales de agosto una jueza dictó que, si bien Apple no tiene por qué devolver el juego a su tienda de aplicaciones, sí debe permitir el uso de Unreal Engine (que utilizan otros desarrolladores de juegos en todo el mundo).

A su vez, Apple ha presentado una contrademanda a Epic Games por incumplimiento de contrato: “aunque se presenten a sí mismos como una especie de moderno Robin Hood corporativo, Epic no es más que una empresa de miles de millones de dólares que no quiere pagar nada por los tremendos beneficios que obtiene de Apple”, declararon desde la compañía de la manzana.

En un documento publicado por PC Gamer, Apple declaró que “Epic inició un fuego al que después echó gasolina” y afirmaron que “por razones ajenas al enfrentamiento de Epic contra Apple, Fortnite está perdiendo popularidad” (según ellos, el juego tenía un 70 % menos de interés) por lo que “esto parece ser parte de una campaña de marketing para reavivar el interés en el juego”.

A lo que Epic Games respondieron con un documento negando estas acusaciones, alegando que “durante el periodo de tiempo que Apple eligió convenientemente para comparar el volumen de búsquedas Google (entre octubre de 2019 y julio de 2020), el número de usuarios diariamente activos en Fortnite se incrementó en realidad más de un 39 %”.

Entre tanto, Facebook, Spotify o Match se han posicionado en favor de Epic Games. Sin embargo, otro frente puede abrirse para la compañía: de acuerdo con Bloomberg, la administración Trump está investigando las políticas de recopilación de datos ejercidas por las empresas vinculadas a Tencent, el gigante chino de la tecnología (inversor de Epic Games).

Desde Epic Games, entre tanto, se mantienen firmes en su postura: “Epic cree que estáis en vuestro derecho de ahorrar dinero usando nuevas opciones de pago más eficientes. Las normativas de Apple y Google, que añaden un impuesto del 30% a todas las compras, castigan a desarrolladores de juegos como nosotros, que ofrecemos opciones de pago directo” concluyen en el apartado de su web dedicado a “#FreeFortnite”.