



# La pandemia acelera el destino de los eSports

Que los eSports son cada vez más populares entre las generaciones digitales, es un hecho. Sin ir más lejos, según Newzoo, las previsiones para 2020 aventuraban una audiencia de 500 millones de espectadores y beneficios económicos que superarían los 1.000 millones de dólares.



Con las grandes ligas de fútbol detenidas y los entrenamientos suspendidos para evitar el contagio del coronavirus, los amistosos online se han convertido en una alternativa EFE/Luis Miguel Morales

Ese pronóstico se hizo mucho antes de que la crisis sanitaria azotase el mundo, sin que se hubiera podido tener en cuenta. Pero la pandemia, lejos de afectar negativamente al interés de la gente hacia los deportes electrónicos, ha hecho que crezcan.

**MÁS DE 1.700 MILLONES DE HORAS.**

Solo en la plataforma Twitch, la audiencia de los eSports ha aumentado un 99 %. De 867 millones de horas que se consumieron el año pasado, los eSports alcanzaron los 1.720 millones de horas vistas. Son datos sacados de un informe realizado por eSports Charts en colaboración con International Data Corporation (IDC).



Fotografía del 21 de febrero donde aparece Luz Sarmiento, estudiante de ingeniería en programación de computadoras en la Universidad California Marymount (MCU), mientras juega un videojuego en las instalaciones del centro académico en Rancho Palos Verdes, California. EFE/ Iván Mejía

eSports Charts se encarga de recopilar datos de juego en vivo. IDC es un proveedor mundial de inteligencia. Ambos, han elaborado este estudio, titulado “Los efectos de la pandemia COVID-19 en los deportes electrónicos y la transmisión en vivo”, que refleja este crecimiento.

El informe compara las cifras de diciembre de 2019 con las de mayo de 2020, y revela que el incremento ha tenido lugar en los periodos en que distintos países del mundo vivían situaciones de cuarentena o confinamiento: “el aumento dramático fue a partir de marzo”, explica Lewis Ward, director de investigación sobre juego de IDC, en el resumen del análisis.

Algo que los adeptos veteranos tienen naturalizado: “a mí no me sorprende, soy la primera que al estar encerrada en casa he podido consumir mucho más contenido de eSports que en otras épocas” dice a Efe Henar, una joven aficionada a los deportes electrónicos.

Además, los expertos creen que estos datos pueden sentar un precedente: “después de analizar el impacto de la COVID-19, estamos seguros de que la



industria de los eSports en su conjunto está mejor informada y preparada que otros sectores para reaccionar ante futuros eventos de este calibre” dijo Artyom Odintsov , CEO de Esports Charts, en la noticia de la propia compañía presentando el informe.



MÉXICO ESPORTS:MEX2980. CIUDAD DE MÉXICO (MÉXICO),21/06/2020.- Fotografía cortesía de Riot Games fechada el 22 de febrero de 2020, que muestra la Arena Esports Stadium, sede de la Liga Latinoamérica de League of Legends en Ciudad de México (México). La pandemia de la COVID-19 modificó Ligas de eSports en México, como la Liga Latinoamérica de League of Legends (LLA), que se mudó de Chile al país e inició el primer año de un proyecto de tres. EFE/Cortesía Riot Games

## JUGAR EN TIEMPOS DE MULTIPLATAFORMAS.

Pero, si bien el consumo de contenido audiovisual y retransmisiones de videojuegos y deportes electrónicos ha crecido de manera general, lo cierto es que no todos los eSports y juegos lo han hecho al mismo nivel. Y eso no es tanto una cuestión de géneros como de formato: los juegos multiplataforma, es decir, aquellos que pueden disfrutarse en más de un tipo de dispositivo, son los que llevan la delantera.

Este tipo de videojuegos suelen tener una versión para ordenador y videoconsola (a veces, videoconsolas de diferentes marcas, principalmente Nintendo Switch, Xbox One y Playstation 4), para ordenador y móvil, para videoconsola y móvil o, en ocasiones, para todos los dispositivos posibles.

“Algo que creo se puede pasar por alto fácilmente en los resultados de Twitch es que los juegos multiplataforma han superado de manera significativa a los títulos exclusivos para PC, desde que golpeó la pandemia”, dice Lewis Ward a este respecto en la información de IDC.

Ward, experto en videojuegos y realidad virtual y aumentada, explica que “entre los 15 juegos más populares de manera consistente, el 55% de las horas vistas en Twitch en diciembre del año pasado se la llevaban los títulos multiplataforma”. Y lo compara con los datos del informe: “en mayo de este año, ese porcentaje creció hasta el 62%”.



Practicantes de eSports participan en un torneo el 12 de marzo de 2020, en Ciudad de México (México). EFE/Sáshenka Gutiérrez

**EL “LOL” SIGUE SIENDO EL REY.**

Aunque los juegos multiplataformas hayan crecido más, el videojuego que sigue mandando en los eSports está pensado únicamente para ordenadores: “League of

Legends” (LoL). Le siguen “Fortnite”, “Counter-Strike: Global Offensive”, “Grand Theft Auto V y Dota 2”,

Ocupan así los cinco primeros puestos de una lista de 15 videojuegos que, en total, han aumentado las horas vistas en Twitch en un 88 % entre diciembre del 2019 y mayo de 2020.

Además, representan casi la mitad (48%) de las horas consumidas globalmente en Twitch desde que empezó el año.

Por poner un torneo como ejemplo, el LCK (League of Legends Champions Korea) Spring, vivió un incremento de horas vista del 114 % a raíz de la pandemia, según la comparación entre el LCK 2019 Spring y LCK 2020 Spring.

No obstante, en junio hay un cambio que amenaza la hegemonía del “LoL”. Sorprendentemente, de acuerdo con eCharts lidera el ranking el “Mobile Legends: Bang Bang” pese a que en Occidente no es un título tan conocido, pero se debe a que en Oriente ha sido todo un éxito. Eso sí, el segundo lugar lo ocupa el LCK Summer.

Todo esto ocurre a la par que los torneos físicos y presenciales dentro de los deportes electrónicos viven en la incertidumbre. Son varios los que se han suspendido, aplazado, o cambiado sus normas para celebrarse a puerta cerrada.

La LEC (Campeonato Europeo de League of Legends) y la LCS (League of Legends Championship Series), ambas ligas del LoL, se han reinventado con los jugadores en casa. En Asia, también con el League of Legends, la LPL (League Of Legends Pro League) ha reducido el número y aforo de estadios, y en el estado LoL Park de Corea del Sur se juega sin público.

Y es que, según Odinstov, “aunque el número total de horas vistas ha crecido constantemente en este período, la incertidumbre con respecto a los eventos físicos aún es evidente”.

Por ello, el CEO cree que “a medida que las industrias de esports y streaming continúen su desarrollo y expansión, sabremos cómo les afectará a largo plazo, tanto la COVID-19 como otros factores del mercado”

***Por Nora Cifuentes.***