

# El videojuego ecuatoriano

MAURICIO VELANDIA

07/04/2023

El negocio de los videojuegos en el mundo está creciendo de manera desaforada.

El éxito de los videojuegos es tan grande que ya supera a los medios más antiguos de entretenimiento. Es todo un negocio. Los expertos señalan que los consumidores gastarán 185.000 millones de dólares al año, cinco veces más de lo que gastarán en boletos de cine y un 70 % más de lo que destinarán a servicios de streaming como Netflix, que pierde terreno.

Los videojuegos solo tienen como grandes clientes a los nativos digitales. Pero no crean que solo son ellos quienes se están entreteniendo en ese escenario. Hoy dichos juegos son habitados por inmigrantes digitales (adultos), quienes crecieron bajo modelos como Atari. Los clientes de estos juegos ahora oscilan en edades de 30, 40 y 50 años.

Esta industria asciende y pronto superará inclusive a la televisión por pago, quien ya contaba con competidores nuevos como es todo el contenido que se encuentra gratuito para todos a través de YouTube. Nace un nuevo enfrentamiento de diferentes formas de entretenimiento en un solo mercado.

Muchas profesiones ya han visto que en ese escenario se mueven importantes sumas de dinero. Afamados músicos ahora realizan conciertos en plataformas de videojuegos (Fortnite). El video de entrenamiento fitness ahora es un juego de fitness.

Lo más increíble es que ahora plataformas como Roblox permite chatear entre usuarios del videojuego, convirtiéndose esos juegos en formas de comunicación entre personas uno a uno. Sin embargo, desarrollo de estos juegos permite que existan prototipos con multijugador en línea, en donde se encuentran en línea jugadores de diferentes países que interactúan con jugadores extraños que se comunican por mensaje de texto o micrófono para hacer en equipo contra otros o enfrentarse entre ellos en grupos.

Ahora, anunciantes de publicidad ven ese campo digital como un nuevo medio para hacer llegar la información de sus productos y servicios. Viene una nueva competencia entre medios de publicidad por el pastel de anunciantes.

Este es la realidad de nuestros próximos ciudadanos. Los nativos digitales están creciendo bajo estas nuevas reglas y en ese nuevo escenario. Los juegos se están convirtiendo en el referente y la influencia de nuestros hijos. Allí se encuentran juegos de diferente índole. Desde la competencia deportiva, la siembra de vegetales, la guerra en la tierra, la conquista intergaláctica, el robo de un banco y la robótica doblegando al ser humano, y todo el enfrentamiento de roles entre dos fuerzas.

En 2020, cuando estábamos en pleno COVID, Roblox Corporation afirmó que tres cuartas partes de estadounidenses de 9 a 12 años usaban la plataforma Minecraft, un juego de Microsoft que tiene, según ellos, 120 millones de jugadores mensuales.

Atención padres. Los videojuegos son la nueva forma educativa y de entretenimiento. Más que mirarlos mal, aprovechemos lo positivo de esos juegos. Es el mundo que le corresponde a nuestros hijos y no lo podemos detener. Privarlos del presente sería suicidar a nuestros nativos digitales. Más bien actualizarnos debe ser la opción como buenos inmigrantes digitales. Jugar.

Pero qué tal crear un videojuego con el escenario actual en Ecuador. Cómo sería: En arte podríamos comenzar por el museo de Guayasamín con sus caras y manos. En deporte podríamos poner al ciclismo o al fútbol. Otro escenario sería las islas Galápagos con sus tortugas. No mucho menos con la gastronomía con un tigrillo o un locro.

Algunos pintarán otro juego. El de un Ecuador de pocos.