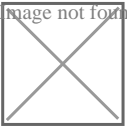


image not found or type unknown



www.juventudrebelde.cu

image not found or type unknown



**Fornite: Battle Royale superó los cien millones de jugadores en menos de un año. Autor: Twitter Publicado: 19/09/2018 | 09:54 pm**

## El fenómeno Fornite

Un videojuego se ha convertido en una sensación global. En él se mezclan muchos «poquitos» de antiguas fórmulas de éxito, ahora en su modo digital

**Publicado: Miércoles 19 septiembre 2018 | 10:02:25 pm.**

**Publicado por: Yurisander Guevara**

Antoine Griezmann festejó el gol que significó el 2-1 para Francia ante Croacia en la final de la Copa Mundial de Fútbol Rusia 2018 con un sugestivo baile. Su danza se conoce como Take the L, y corresponde a uno de los avatares del videojuego **Fornite: Battle Royale**, título que ahora mismo es un fenómeno social a nivel global.

Griezmann no es el único «enganchado» con el juego. De acuerdo con un reportaje publicado en Infobae el pasado julio, los seleccionadores de Alemania e Inglaterra mandaron a cortar la conexión wifi en las instalaciones de sus jugadores para alejarlos de **Fornite**.

Al otro lado del océano Atlántico, en el pasado mes de abril el rapero Drake emitió una partida de este juego junto al youtuber Tyler «Ninja» Belvins, que tuvo una audiencia de más de 600 000 personas, todo un récord para la plataforma de video en cuanto a usuarios activos en un mismo canal durante una transmisión en vivo.

**Fornite: Battle Royale** alcanzó asimismo el récord de más de 125 millones de jugadores activos en nueve meses, y sus ingresos fueron reportados por un valor de 1 200 000 000 de dólares. Tan solo en mayo llegó a facturar 318 millones, según datos de la analista Newzoo. ¿Qué es lo que ha catapultado a este juego hasta convertirlo en un fenómeno global?

## Un modelo que engancha

En la década de 1980 fue famosa en Cuba una serie de televisión nombrada **El profesor Poopsnagle y el secreto de las salamandras de oro**, la que seguramente muchos recordarán por su pegajosa canción de presentación, que decía así en su inicio: «Hay un gran autobús, arriba en el cielo,/ que todos decían que nunca volaría./ Con su bum-bum, chaca-chaca, bim-bam bing,/ esta es la canción que cantamos para ti». Se trataba de unos muchachos que, junto al citado profesor, vivían grandes aventuras a bordo de un autobús volador que recuerda, en cierta medida, el inicio de cada partida de **Fornite: Battle Royale**.

En este videojuego cien usuarios al unísono inician montados en una guagua voladora hasta que, tras una señal, se lanzan hacia una isla con un paracaídas. El fin de cada jugador es ser el último con vida. Los modos de juego pueden ser en solitario, trabajar en dúos o cuartetos.

Si bien los mapas del juego son inmensos, cada cierto tiempo se reducen gracias a una «tormenta» que provoca la muerte a quien no se aleje de ella, obligando a los jugadores a estar más cerca, para que así puedan entrar en combate.

Al aterrizar en un mapa los jugadores encuentran armas y otros objetos para eliminar a sus rivales, y además pueden reunir recursos y construir estructuras para defenderse o aniquilar a los contrarios.

Toda la acción del juego está impulsada por un colorido motor gráfico, y si bien el objetivo de cada partida es ser el último en pie, la violencia está muy bien disimulada, pues en vez de sangre, los «muertos» se convierten en polígonos de colores, y los efectos son explosiones de estrellas al estilo de los dibujos animados.

Hasta aquí lo descrito es una amalgama de exitosas producciones. Por un lado, el modo de juego Battle Royale recuerda a producciones de fama, como la serie de películas de **Los juegos del hambre**, basadas en el libro homónimo, que fuera un éxito de taquilla. El hecho de ser capaces de construir atrapa a los jugadores más creativos, y la idea tiene un precedente en otro fenómeno global: el videojuego **Minecraft**.

Así de buena ha sido la idea de Epic Games, compañía creadora de **Fornite**, que brinda la experiencia de juego en consolas, computadoras y dispositivos móviles con sistema operativo iOS, así como alista su lanzamiento masivo para Android.

Publicado a finales de 2017, el título tiene dos versiones, una de pago (**Fornite Save the World**) y otra gratuita con microtransacciones. Esta última ha sido la más exitosa, aunque no ha estado exenta de polémica.

## Asegurar el éxito

Epic Games aprovechó lo mejor del género Battle Royale a tal punto de que logró desbancar a su más fiero competidor: PlayerUnknown's Battlegrounds (PUBG). El PUBG fue el primer juego Battle Royale que conquistó a millones de jugadores desde 2016.

Líder en un nicho apenas explotado dentro de la industria del videojuego, PUBG no tuvo «sombra» hasta que Epic lanzó **Fornite**.

De hecho, los creadores de PUBG demandaron a Epic por plagio, aunque la demanda fue sellada a mediados de este año, presuntamente porque llegaron a un acuerdo.

El éxito de estos títulos está asegurado de antemano, pues ofrecen diversión gratuita y otros añadidos a precio de bagatela. Además, invirtieron los abusivos negocios de los micropagos en videojuegos.

Pagar por obtener ventajas es común en los videojuegos desde hace rato. Internet ha permitido que las microtransacciones sean hoy un lugar común, pero el modelo se orientaba a facilitar la vida de los jugadores. Muchos de estos pagos, generalmente en sumas de entre uno y cinco dólares, han sido dirigidos a dar pequeños impulsos que permitan a los jugadores avanzar y, al mismo tiempo, los convenzan de seguir jugando en el futuro.

Sin embargo, **Fornite** eliminó todo eso. Sus microtransacciones son para cuestiones puramente estéticas. Uno de los pagos más comunes está en las skins de los jugadores, que no son más que una nueva piel para su avatar virtual. Aquí es donde los creativos de la compañía dejan volar su imaginación, y como las partidas se han vuelto populares en plataformas de transmisión en vivo como YouTube y Twitch, las pieles marcan tendencias que pronto son modas.

A ellas pueden unir celebraciones como Take the L, viralizadas por celebridades como Antoine Griezmann, y otras cuestiones como diferentes versiones de armas, saludos, y cuantas acciones sociales ha logrado monetizar la compañía. Comprar algo en el juego, sin embargo, nunca significa una ventaja. Para ganar solo vale la habilidad del jugador, lo cual hace que todos se sientan iguales. Es la fórmula perfecta para «engancharse» a los fans durante interminables horas.

Siendo honesto, **Fornite** no es solo divertido para jugarlo. Verlo lo es también. Las nuevas generaciones, volcadas a internet, tienen hoy ídolos de nuevo tipo en los streamers. Son estas personas comunes que transmiten desde sus hogares su actividad en diversos videojuegos, y aquellos con buenas habilidades o un singular carisma poco a poco se han convertido en celebridades.

Ese es el caso del mencionado Tyler «Ninja» Belvins, cuyo enganche con **Fornite** fue un espaldarazo para el título. Y como las modas venden, y este título conjuga muchos «poquitos» exitosos, las predicciones son más que halagüeñas para Epic. Así, se espera que los ingresos sigan en aumento, además de su cantidad de jugadores en activo, cifrados en 125 millones a finales del primer semestre del año, de acuerdo con datos brindados por Epic Games.

A diferencia de fenómenos como Pokémon Go, que lanzó a miles de personas a las calles con su propuesta de realidad aumentada, **Fornite** apuesta por la comodidad del hogar y un modelo de juego que se antoja infinito mientras al menos un centenar de personas decidan lanzarse de una guagua voladora.

**Juventud Rebelde** | Diario de la juventud cubana  
Copyright © 2017 Juventud Rebelde