

CULTURA NORTEAMERICANA

Nuevas tecnologías impulsan el aumento de deportes de fantasía

Analistas del mercado aseguran que la demanda de juegos informales en Internet sólo pueden seguir creciendo, a pesar de que este sector se haya extendido poco fuera de los Estados Unidos.

CHICAGO (Reuters) -- Los deportes de fantasía, donde los fanáticos seleccionan atletas de la realidad para equipos imaginarios, están avanzando sobre nuevas plataformas como teléfonos inteligentes y redes sociales de Internet, captando la atención de los auspiciantes, proveedores de redes inalámbricas y compañías de software

Y dado el creciente número de personas que practican juegos informales en Internet y lo poco explotado que está el mercado fuera de los Estados Unidos, los analistas dicen que el sector de los deportes de fantasía sólo puede crecer.

Entre las compañías que se están beneficiando con este crecimiento está 4Info, que alerta a sus usuarios sobre resultados deportivos y chismes de celebridades vía mensajes de texto, obteniendo sus ganancias de la publicidad.

"Del medio millón de mensajes de texto que 4Info espera enviar este año, un máximo de 15 por ciento estará dirigido a personas en busca de resultados deportivos para cargarlos a sus equipos deportivos de fantasía", aseguró el presidente ejecutivo de la firma, Zaw Thet.

"La gente todavía no se ha dado cuenta de todo el potencial de los deportes de fantasía cuando de lo que realmente se trata es del teléfono celular (...) Esto es algo que veremos en el transcurso de los próximos años", dijo Thet.

La compañía 4Info cuenta con el respaldo de Gannett Co., NBC Universal de General Electric Co y de firmas de capital de riesgo.

Si bien no hay consenso acerca del origen de los deportes de fantasía, estos empezaron a llamar la atención a raíz de la publicación en 1984 de *Rotisserie League Baseball*, basada en una liga jugada por un grupo de personas de medios neoyorquinos y con reglas pautadas por el periodista Daniel Okrent.

El atractivo de las ligas de fantasía para los fanáticos del deporte es a menudo mencionado como un factor en el éxito inicial de *"USA Today"*, que fue lanzado en 1982 con más estadísticas detalladas que otros periódicos.

"Es como si se combinaran esa antigua noción propia del hombre de saber más que todos sobre deportes con *Calabozos y Dragones*. Resultó ser una buena unión", señaló Robert Thompson, profesor de cultura pop en la Universidad de Siracusa.

Troetel, por ejemplo, verifica el estatus de sus jugadores dos o tres veces por semana, usando su dispositivo de mano para entrar en los sitios en Internet relevantes.

"Lo que sé de deportes ahora es mucho más que cuando no jugaba deportes de fantasía", explicó.

Empuje de Internet

Los deportes de fantasía dieron un salto exponencial a fines de la década del `90, cuando Internet hizo que los resultados deportivos estuvieran disponibles a nivel masivo y sitios como Yahoo Inc. comenzaron a organizar eventos a cambio de una tarifa.

En Estados Unidos hay 27 millones de jugadores y las ganancias anuales van entre los 800 y 1.000 millones de dólares, según la Asociación de Comercio de Deportes de Fantasía.

Los fanáticos ya usan sus teléfonos celulares para leer las noticias deportivas, revisar las puntuaciones de las disciplinas y ver el estatus de sus equipos.

Los proveedores de Internet inalámbrico ahora están trabajando para alinearse exclusivamente con las propiedades deportivas a fin de lucir más atractivas para los consumidores.

"Si eres el único que ofrece lo que la gente quiere, encontrarán un modo de pasarse a tu servicio", dijo Steve Gaffney, director de marketing para Sprint Nextel Corp, que tiene acuerdos con la Liga Nacional de Fútbol (NFL)

y la Asociación Nacional de Carreras de Auto Stock Car (NASCAR).

"Aunque las pantallas pequeñas no son tan atractivas para los auspiciantes, resulta innegable el potencial de teléfonos como el *Blackberry* de Research in Motion y el *iPhone* de Apple, que ofrecen transferencia de video en directo y otras funciones multimedia", explicó Bob Bowman, director ejecutivo de la unidad de medios avanzados de Liga Mayor de Béisbol.

Comunidades cibernéticas

Otra área de crecimiento es el de sitios sociales como *Facebook*, que está organizando un juego de fútbol de fantasía con 350 mil usuarios desde julio, convirtiéndolo en uno de los mayores eventos de su tipo en Internet.

"Los deportes de fantasía en esencia es una serie de micro comunidades de tus mejores amigos con los que quieres estar en contacto. Facebook les permite a las personas hacer eso", aseveró Jeff Ma, co-fundador de Citizen Sports Network, que administra el juego en *Facebook* en conjunto con *Sports Illustrated* de Time Warner.

Ma, cuya firma situada en San Francisco cuenta con el respaldo de capital de Kleiner Perkins Caufield & Byers, es la base para el personaje principal del libro *Bringing Down the House* y la película *21*, en la que un grupo de estudiantes usan las matemáticas para ganar millones de dólares en los casinos.

Jugadores ocasionales

Otro sector de gran crecimiento se da entre los denominados jugadores ocasionales, aquellos con un interés limitado o quienes pueden no disponer de demasiado tiempo libre para jugar.

ESPN, una unidad de Walt Disney Co., puso en funcionamiento a fines de agosto un juego en el que los usuarios tratan de seleccionar a los ganadores, a fin de ser el primero en conformar una lista de 25 candidatos en cuatro meses que se llevaría un premio de 1 millón de dólares.

"Nuestra estrategia es desarrollar juegos que sean muy fáciles de jugar", dijo Raphael Poplock, vicepresidente del área para ESPN Digital Media.

