

## COMPETICIONES

# eSports, o el señuelo del deporte para atraer a la Generación Z

Entidades como CN Sabadell, Dorna o Esportia coinciden en las capacidades de hibridación entre deportes tradicionales y deportes electrónicos.

Albert Ferrer

23 mar 2021 - 04:35



Los deportes electrónicos como señuelo para atraer a la Generación Z, y viceversa. El auge de los deportes electrónicos ha llevado a decenas de clubes deportivos tradicionales a apostar por esta nueva tendencia, a menudo con un señuelo para la atracción de las nuevas generaciones de consumidores. A la vez, los consumidores de la Generación Z pueden acercarse al deporte tradicional a través de los eSports.

Esta es una de las principales conclusiones de una mesa de debate organizada ayer en el marco de eSports Barcelona Congress, en la que Carles Poyato, director general del Club Natació Sabadell e impulsor de un proyecto de deportes electrónicos en el club sabadellense, afirmó que “la hibridación nos lleva a que el juego electrónico nos acerque al deporte tradicional, estamos ante una misma línea paralela”.

En la misma línea argumentó su discurso Stephane Bazire, director de experiencia del Circuit de Barcelona-Catalunya, que expresó su intención de realizar un evento

competitivo en el propio trazado a través del deporte tradicional y el deporte electrónico. El objetivo es celebrar a la vez las dos competiciones para unir ambos deportes y así conseguir hacerse con la audiencia más complicada de atraer hasta la fecha por parte del circuito, la de la generación Z.

Las nuevas generaciones siguen más el deporte electrónico que el deporte tradicional. Esto se debe a que los clubes, incapaces de dar el salto definitivo, aún ven con cierta reticencia la entrada en el sector. “Muchos de ellos creen que se generan beneficios de forma inmediata, y se dan de bruces cuando no es así”, comentó José Manuel Pérez, director general de Esportia, consultoría especializada en la introducción de los eSports en los clubes profesionales.

“Poder explotar una marca o una competición a través de un videojuego es un privilegio para poder llamar la atención de los más jóvenes, nuestros mayores clientes”, aseguró Xavier Basora, coordinador de eSports en Dorna Sports. Gracias a la realidad inmersiva del videojuego oficial de MotoGP, con todos los circuitos, pilotos y complementos incluidos, Dorna es capaz de generar de nuevo la unión entre deporte y aficionado joven, que con los años ha ido distanciándose, explica.

Organizado por Indescat, SevenMila, eDojo y United Gamers, el congreso también puso sobre la mesa ayer la importancia por parte de las entidades de deporte tradicional de contar con colaboradores especializados para adentrarse en los eSports. Es el caso del CN Sabadell con la empresa Asobu, con quien ha puesto en marcha un centro de eSports dentro de sus instalaciones.

“Cada club es moderno o no dependiendo de los cambios a los que se someta la cada entidad; pese a llamarnos Club Natación, tenemos veinte secciones distintas”, advirtió Poyato, quien hizo un llamamiento para seguir trabajando y erradicar los prejuicios de aquellos que siguen desmontando una realidad que “ha llegado para quedarse”.