

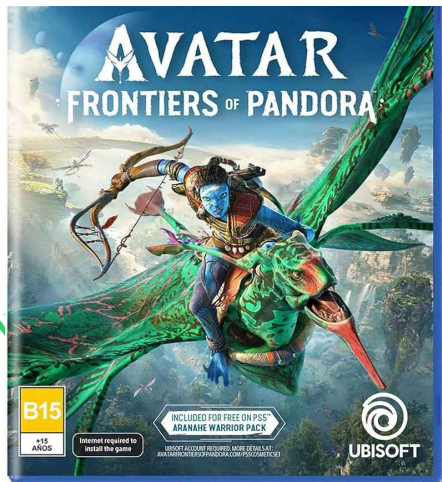
OCIO/ESPECTÁCULOS | Zona Gamer

Xbox y PlayStation aprietan el acelerador en julio con remasterizaciones, catálogos nuevos y más gasolina para el gaming

Gears of War: Reloaded, Halo: Campaign Evolved y el catálogo de julio de PlayStation Plus mantienen el videojuego en el centro de la conversación digital

Redacción/Priego Digital

Martes 21 de julio de 2026 - 18:00



La industria del videojuego vuelve a moverse con fuerza en pleno verano. Xbox ha reforzado en julio su estrategia de catálogo con la llegada de Gears of War: Reloaded a Game Pass y prepara el lanzamiento de Halo: Campaign Evolved, mientras PlayStation ha renovado su oferta mensual de PlayStation Plus Extra y Premium con títulos de peso como Avatar: Frontiers of Pandora, Rise of the Ronin o Dying Light.

Nuevas marcas

El movimiento de Xbox tiene un componente claro de nostalgia. Gears of War: Reloaded llegó el 9 de julio a Game Pass para nube, Xbox Series X|S, dispositivos portátiles y PC. Según Xbox Wire, se trata de una remasterización del primer Gears of War, optimizada para la actual generación e incluyendo contenido posterior al lanzamiento original, como un acto adicional de campaña, mapas multijugador, personajes y cosméticos.

La apuesta continúa con Halo: Campaign Evolved, previsto para el 28 de julio de 2026 y disponible desde el primer día con Game Pass. La página oficial de Xbox lo define como un remake “fiel aunque modernizado” de la campaña de Halo: Combat Evolved, reconstruida desde cero y pensada tanto para quienes descubren la saga como para quienes vuelven al anillo 25 años después.

PlayStation mueve ficha con su catálogo de julio

PlayStation, por su parte, ha reforzado su catálogo mensual de PlayStation Plus Extra y Premium con una selección que combina mundos abiertos, acción, nostalgia y clásicos. La lista de julio incluye Avatar: Frontiers of Pandora, Rise of the Ronin, Firefighting Simulator: Ignite, Mighty Morphin Power Rangers: Rita's Rewind, Dying Light, Citizen Sleeper 2: Starward Vector y Snow Bros. Wonderland.

En el apartado Premium, la compañía suma dos clásicos de PS2: Psi-Ops: The Mindgate Conspiracy e Indigo Prophecy, conocido como Fahrenheit fuera de Norteamérica, Portugal y Francia. PlayStation señala además que la disponibilidad puede variar por regiones, con el catálogo completo previsto para el 21 de julio en el resto de mercados.

El videojuego como conversación cultural

Estos movimientos explican por qué el gaming mantiene tanto potencial viral. No se trata solo de lanzar juegos, sino de reactivar marcas reconocibles, alimentar comunidades y convertir los catálogos por suscripción en una especie de programación mensual, muy parecida a lo que ocurre con las plataformas de cine y series.

En España, el videojuego ya es una de las principales formas de ocio. Según el Anuario 2025 de la Asociación Española de Videojuegos, 22,8 millones de personas juegan a videojuegos en el país, el mercado alcanzó una facturación de 2.293 millones de euros y más del 54% de la población entre 6 y 75 años juega de forma habitual.

Una batalla por el tiempo libre

La clave está en el tiempo de atención. Xbox y PlayStation compiten por fidelizar a los usuarios con catálogos vivos, estrenos, remakes, juegos de culto y actualizaciones constantes. Xbox refuerza Game Pass con sagas históricas y lanzamientos de fuerte componente emocional, mientras PlayStation mantiene PlayStation Plus como escaparate mensual de títulos recientes, clásicos y propuestas reconocibles.

El contexto global acompaña. Newzoo, consultora especializada en videojuegos, sitúa el mercado mundial por encima de los 200.000 millones de dólares en 2025 y prevé que siga creciendo hasta 2028, lo que confirma que el videojuego no es ya un nicho juvenil, sino una industria cultural, tecnológica y de consumo masivo.

Julio deja así una fotografía clara: las grandes plataformas no descansan en verano. Entre remasterizaciones, catálogos mensuales, nostalgia y suscripciones, Xbox y PlayStation siguen peleando por ocupar el mando, la pantalla y la conversación.